

## בעסקים צריך להתקדם – אחרת נשארים מאחור ומפסידים

שנים רבות, רבות מדי, היה שמשון כהן בעסק המשפחתי לתיקון מכונות תפירה שירש מאביו, אך העסק לא גדל מאז בהרבה.

את רוב החנות תפס מלאי מכונות תפירה מקולקלות שדרשו תיקון; אך לאחר ששמעו את מחיר התיקון, העדיפו בעליהן לרכוש מכונה אחרת. את המכונות השאירו אצל שמעון, ואף לא הגיעו על מנת לקחתן. בקצה אחר של החדר, סמוך לחלון הראווה, עמדו שלוש מכונות תפירה מאובקות. שמשון ניסה למכור אותן לכל מי שהתעניין, אך ללא מאמצים גדולים מדי; ולאילו שלא רצו לתקן את מכונות התפירה לא ניסה למכור דבר. "שילכו למקום אחר!" הוא אמר, כועס ונעלב כולו, "לאנשים אין כבוד לרכוש שלהם, ואתם אני לא מעוניין לעשות עסקים", הוסיף.

מדי פעם היה עובר לקוח ושואל את שמשון "מה חדש?" ושמשון היה משיב: "הכול בסדר".

בכל זאת תיקן מדי פעם מכונה שהתקלקלה. הוא, שמצוי היה בענף מגיל 15, שעה שהחל לעזור לאביו בחנות, וידע לתקן כמעט כל מכונה שנתבקש, התפרנס בדוחק ובכבוד – אך לא יותר מכך. השנים חלפו, ובנו של שמשון, שגדל בינתיים, הגיע לבקר את אביו בחנות. הוא שמע את בקשת הלקוחות וראה כיצד ענה להם אביו; הבחין במכונות המאובקות שלא התאימו עוד; ובעיקר ראה דבר שאביו לא הבחין בו או שלא ייחס לו חשיבות – קדמה.

לאחר שקיבל את רשות אביו, ניקה את החנות ויצר קשר עם כמה יבואני מכונות תפירה. הוא ביקש כמה

מכונות לתצוגה וסידר אותן בצורה בולטת בחלון הראווה. בתוך החנות הציב מעמדים, ועליהם ציוד היקפי לאנשי מקצוע ולחובבים בתחום התפירה. הוא ניקה את חלון הראווה, את השלט "כהן מכונות תפירה – מכירה ותיקון" וכן את פנים החנות, וגם דאג לשוות לה מראה עדכני בעזרת תמונות מתאימות. בקצה הפנימי של החנות העמיד שולחן עבודה וכלי תיקון, למקרה שייכנס לקוח וירצה לתקן את מכונת התפירה שלו.

ללקוחות הראשונים, שעברו והתעניינו לפשר השינוי, טרח לענות: "אנחנו מוכרים את הדור החדש והמתקדם ביותר בתחום, וכן מוצרים נלווים, כמו..."

ללקוחות, שהגיעו עם מכונות תפירה מקולקלות, ענה כי לפניהם שתי אפשרויות: האחת – לתקן את המכונה, והשנייה – להזדכות על המכונה הישנה ולהזמין חדשה. "מה שלא הולך קדימה – הולך אחורה", טרח להסביר.

במשך חודשים שלמים ישב וענה בסבלנות לכל מי שרק רצה לשמוע על אודות המכונות החדשות והציוד ההיקפי. למי שהתעניין בתיקון המכונה פתח כרטיס מסודר, ודאג כי התיקון ייעשה במהירות, ביעילות ובמינימום הוצאה.

כעת העסק פורח. במקום מרכזי, שבו מצוי העסק שלהם, השמועות עוברות מהר, ואנשים התחילו להגיע אליהם מאזורים רחוקים קצת יותר.

הוא הקפיד לשמוע במה מתעניינים אנשים, וגילה שאין בנמצא כמעט קורסים לתפירה במכונות תפירה; על-כן חיפש ומצא שתי מדריכות שתלמדנה תפירה את המעוניינים. מובן שכל מי שלמד, קנה אצלו מכונה, ציוד היקפי, חוברות הדרכה ועוד.

ולכל מי ששאל אותו מה הסוד השיב בנימוס: "מה שלא הולך קדימה – הולך אחורה".

## ויש גם מסקנות

כדי להצליח בעולם משתנה יש להכיר אותו.

למדו את המגמות בתחום שבו אתם עוסקים ממקורות שונים: ספרים, עיתונים, פרסומים מקצועיים, כנסים וכדומה. אלה הם רק חלק קטן ממה שתוכלו לעשות למען עצמכם.

דאגו לעדכן את הלקוחות שלכם בחידושים שהעסק שלכם מסוגל לתת להם. מסתבר שלקוחות מעוניינים להתקדם עם חברה, המסוגלת לספק להם סחורה חדשה כל העת.

אם העסק שלכם עוסק גם בשירותים וגם במכירת מוצרים, דאגו לתת מענה הוגן ואיכותי בשני התחומים.

למדו כיצד להציע שירותים משלימים ללקוחות שלכם: מוכרים מוצר? – דאגו שהלקוחות שלכם יגיעו דווקא אליכם בשעת צרה (קלקול או בעיה); נותנים שירותי תיקון? – הסבירו ללקוחותיכם כי אתם מוכרים מוצרים טובים ויעילים.

היו בית טוב, חם ואוהב ללקוחותיכם. מסתבר שאנשים יודעים להעריך זאת.