

Świadomy klient to nasz cel

Klient i dostawca usług muszą rozumieć, po co jest Facility Management

Choć FM nie ma bezpośredniego wpływu na decyzje związane z rozwojem biznesu, to jednak jego rola jest bardzo znacząca dla zachowania ciągłości biznesu i strategicznego wsparcia procesów pomocniczych. Jego cel stanowi dbanie o to, aby zapewnić bezpieczeństwo technologiczne i wysoką jakość pracy każdego rodzaju obiektów, od fabryk i magazynów począwszy, a na biurach czy obiektach data center kończąc. Jako dostawca usług z wieloletnim stażem FM Solutions zauważa, jak ważną funkcję edukacyjną i uświadamiającą pełni w organizacjach, zwłaszcza tych, które dopiero wykształcają swoje podejście do profesjonalnej obsługi procesów wsparcia. O poziomie świadomości klientów rozmawiamy z Grzegorzem Gałką, prezesem spółki FM Solutions.

Rozmawiał: Krzysztof Kogut

► Jak wygląda obecnie rynek zamówień na usługi FM?

Pozytywne jest to, że już od jakiegoś czasu o wyborze dostawcy nie decyduje jedynie cena usługi. Klienci rozumieją, że rynek pracownika tak silnie wpływa nie tylko na ich własną działalność, ale również na działalność ich dostawców, że poważnie są skłonni płacić rynkowe ceny usługi. To

kierownika technicznego oczekuje się, że będzie w stanie nieść pomoc merytoryczną we wszystkich obszarach – głównie przy realizacji większych projektów modernizacyjnych czy przebudowy instalacji technicznych. Nasi klienci – zwłaszcza korporacyjni – oczekują wsparcia na wielu poziomach i już nie tylko świadczenia prostych usług technicznych.



Grzegorz Gałka

w postaci komfortu użytkownika budynku i jego przestrzeni przede wszystkim dla wszystkich pracowników.

Rozumiemy, że naszą rolą jest sprawienie, by to użytkownik końcowy czuł się zadowolony, dzięki czemu finalnie ułatwiamy pracę zarządcy i właścicielowi budynku. Staramy się tak dostarczać nasze usługi, by odpowiadać na różne potrzeby. Rozumiemy, że będąc pośrodku zdarzeń, musimy szczególnie dbać o jakość naszej pracy, by finalnie koszty eksploatacji okazywały się niższe w dłuższej perspektywie czasu.

Naszą strategią stanowi zatem praca na rzecz komfortu użytkownika i skupienie się na jego potrzebach, co przedkłada się na jakość



W naszej pracy staramy się skupiać na tym, aby to klient końcowy, czyli użytkownik budynku, był zadowolony z naszego serwisu, bo taki jest ogólny cel Facility Managementu.

wielka zmiana, za którą idzie też wzrost jakości obsługi, dzięki czemu możemy zawsze utrzymywać na kontraktach kadrę mającą odpowiednią wiedzę i doświadczenie.

Klienci bardziej poszukują również zaawansowanych usług, głównie szerokiego wsparcia technicznego i inżynierskiego przy przeprowadzaniu dużych projektów budowlanych. Dziś od

► Jaka jest różnica w pracy dla świadomego najemcy a tą dla zarządcy?

W naszej pracy staramy się skupiać na tym, aby to klient końcowy, czyli użytkownik budynku, był zadowolony z naszego serwisu, bo taki jest ogólny cel Facility Managementu. Jako dostawca multitechniczny staramy się dostarczać jakość

relacji z zarządcą i właścicielem. Świat jest mały i najemcy lubią się dzielić między sobą opiniami o obiektach i jakości pracy dostawców różnych usług. Ważne zatem, by dbać o swoją renomę na podstawowym poziomie świadczenia usługi, a reszta spraw ułoży się sama.

My wychodzimy z założenia, że takie osoby potrzebują wsparcia i odciążenia w codziennych zadaniach. Dlatego świadczymy usługi z poszanowaniem ich czasu i staramy się odciążyć ich w codziennych obowiązkach. Taka postawa wymaga jednak partnerstwa i współpracy

biznesu, w przypadku niektórych najemców nawet o kilkaset procent, zdajemy sobie sprawę, że szybkie opanowanie procesów FM może być trudne.

Dlatego zawsze staramy się służyć pomocą w przypadku bardziej wymagających usług, jak choćby szacowania kosztów typu service charge, kalkulacji i planowania remontów czy też prognozowania zużycia energii, gdy jest to im potrzebne do rozmów i planowania kosztów z zarządcami. Oferujemy najemcom pełny zakres usług i produktów, tym samym ściągając z ich głowy ogromny problem, dzięki czemu mogą się skupić na procesach dla siebie najważniejszych, takich jak zarządzanie recepcją, administracja powierzchnią, planowanie przeprowadzek, wybór biur czy przeprowadzanie większych projektów modernizacyjnych.

► Edukowanie klienta jest zatem Waszym zadaniem?

Raczej uświadomienie. Pracą naszych managerów i ich zespołów staramy się podnosić poprzeczkę coraz wyżej, przez co również klient czuje się zobligowany do tego, aby podnosić poziom swojej wiedzy. To właśnie codzienna praca jest najlepszym przyczynkiem do wspólnego poznawania swoich obszarów oraz wzajemnej edukacji. Mogę też powiedzieć, że tyle samo, ile dajemy, tyle też poznajemy dzięki naszej współpracy. Dobre partnerstwo przetrwała się w trwałe relacje i dzięki nim możemy być pewni, że klienci nie będą poszukiwali szybko nowego usługodawcy. To wymaga jednak czasu, wzajemnego zaufania i dotarcia.

► **Dziś najemcy z rynku biurowego są równoprawnymi partnerami do rozmów z zarządcami czy ekspertami rynkowymi, bardzo dobrze znającymi potrzeby i wymagania swoich organizacji, jednocześnie potrafiącymi wyegzekwować odpowiednią jakość od zarządcy, właściciela i dostawcy usług FM.**

► Czy uważa Pan, że najemca jest dziś bardziej świadomy swoich potrzeb niż było to kilka lat temu?

Na pewno świadomość klientów na przestrzeni ostatnich lat bardzo wzrosła. Większość osób obsługujących procesy administracji, FM i obsługujących nieruchomości, a będących najemcami na naszym rynku, bardzo rozwinęła swoje kompetencje w tym obszarze.

Ci z naszych klientów (facility managerów, office managerów czy dyrektorów administracyjnych), którzy jeszcze niedawno obsługiwali organizacje zatrudniające kilka-kilkanaście osób, dziś zajmują się firmami zatrudniającymi kilkudziesięciu, a nawet kilkuset pracowników. To oczywiście rodzi nowe wymagania i potrzebę większej świadomości oraz wiedzy z ich strony. Ich rola i znaczenie na rynku również wzrosły.

Dziś najemcy z rynku biurowego są równoprawnymi partnerami do rozmów z zarządcami czy ekspertami rynkowymi, bardzo dobrze znającymi potrzeby i wymagania swoich organizacji, jednocześnie potrafiącymi wyegzekwować odpowiednią jakość od zarządcy, właściciela i dostawcy usług FM.

Ich rola w organizacjach wzrasta, jednak zakres obowiązków jest wciąż bardzo duży. Obejmuje zarówno kwestię negocjacji umów najmu, jak i obszar środowiska pracy oraz techniki.

z obu stron, a może to nastąpić tylko wtedy, gdy po obu stronach stołu zasiadają prawdziwi profesjonaliści.

Jest też druga strona medalu, dotycząca zwłaszcza początkujących najemców. Szybkie ścieżki awansu w obszarze Office Management to nie nowość, jednak patrząc na skalę wzrostu

