

Оглавление

Оглавление	7
От издателей	10
Предисловие автора кроссийскому изданию	12
Предисловие Тома Питерса	16
Точка отсчета	
Проблемы и возможности хорошего сервиса	24
Десять заповедей обслуживания клиентов	28
Точка отсчета: вы хотите быть первым?	32
Часть I. Спросите клиентов, чего они хотят, и дайте им это	
Глава 1. Клиенты сами подскажут вам, как обеспечивать	
хороший сервис	40
Глава 2. Если клиент о чем-либо просит, ответ всегда — «да»	54
Глава 3. Забудьте о том, что такое рабочие часы	58
Глава 4. Обещайте меньше, делайте больше	62
Часть II. Как всегда оказывать хорошие услуги	
Глава 5. Системы, а не улыбки	68
Глава 6. Увольте контролеров	74
Глава 7. Увольте менеджеров, отвечающих за отношения	
с клиентами	80
Глава 8. Делайте все правильно с первого раза	84
Глава 9. Когда что-то идет не так	92
Глава 10. Как всегда иметь то, что нужно вашим клиентам	98
Глава 11. Никогда не бывает слишком хорошо	104

Клиенты на всю жизнь

Часть III. Люди: как заботиться о клиентах – и сотрудниках	
Глава 12. Вопрос: кто важнее – ваш клиент или ваш работник?	
Ответ: оба	112
Глава 13. Клиент <i>не всегда</i> прав	116
Глава 14. Как сделать так, чтобы клиенты пошли вам навстречу	124
Глава 15. Программы для постоянных покупателей	130
Глава 16. Как нанять лучших сотрудников	136
Глава 17. Выращивание суперзвезд	146
Часть IV. Как узнать, насколько вы хороши	
Глава 18. Учет не только денег	154
Часть V. Сколько платить сотрудникам, чтобы добиться лучшего сервиса	
Глава 19. Платите больше – и сэкономьте больше	170
Глава 20. Партнерская система оплаты	176
Часть VI. Руководитель – лицо компании	
Глава 21. Вы не можете притворяться	184
Часть VII. Важна каждая деталь	
Глава 22. Продажа должна быть театром	190
Глава 23. Ваша мама была права: манеры действительно очень важны	198
Глава 24. Если у них такие туалеты, то как же они работают?	202
Глава 25. Когда в последний раз вы задумывались о своих указателях и вывесках?	206
Глава 26. Если босс плут, не ждите честности от его подчиненных	210
Глава 27. Требования к одежде	214

Оглавление

Часть VIII. Создавайте продукты, которые легко продаются	
Глава 28. Попробуй – продай немножко	218
Глава 29. Хороший сервис не спасет плохой товар	224
Часть IX. Заимствуйте	
Глава 30. Зачем изобретать велосипед? Просто улучшите его!	232
Глава 31. О некоторых вещах вы даже и не подозревали	240
Часть X. Ваш имидж	
Глава 32. Говорите мягко, но....	246
Глава 33. Промоакции: футболки с символикой или поддержка симфонического оркестра?	250
Часть XI. Сделайте так, чтобы клиенты возвращались	
Глава 34. Клиент, который приносит 332 000 долларов	256
Глава 35. Как добиться того, чтобы вам прощали промахи	260
Глава 36. Такой подход действительно работает	264
Послесловие Стенли Маркуса	270