

Оглавление

От издателей	8
От партнера русского издания	10
Предисловие автора к русскому изданию	12
Предисловие Тома Питерса	15

Точка отсчета

Проблемы и возможности хорошего сервиса	20
Десять заповедей обслуживания клиентов	24
Точка отсчета: вы хотите быть первым?	26

I. Спросите клиентов о том, чего они хотят, и дайте им это

Глава 1. Клиенты сами подскажут вам,	32
как обеспечивать хороший сервис	
Глава 2. Если клиент о чем-либо просит,	42
ответ всегда — «да»	
Глава 3. Забудьте о том, что такое рабочие часы	45
Глава 4. Обещайте меньше, делайте больше	48

II. Как всегда оказывать хорошие услуги

Глава 5. Системы, а не улыбки	52
Глава 6. Увольте контролеров	57
Глава 7. Увольте менеджеров, отвечающих	61
за отношения с клиентами	

Глава 8. Делайте все правильно с первого раза.....	64
Глава 9. Когда что-то идет не так	71
Глава 10. Как всегда иметь то, что нужно вашим клиентам...	76
Глава 11. Никогда не бывает слишком хорошо	80

III. Люди: как заботиться о клиентах — и сотрудниках

Глава 12. Вопрос: кто важнее — ваш клиент	86
или ваш работник? Ответ: оба	
Глава 13. Клиент <i>не всегда</i> прав	90
Глава 14. Как сделать так, чтобы клиенты	96
пошли вам навстречу	
Глава 15. Программы для постоянных покупателей	100
Глава 16. Как нанять лучших сотрудников.....	104
Глава 17. Выращивание суперзвезд	112

IV. Как узнать, насколько вы хороши

Глава 18. Учет не только денег	118
---	-----

V. Сколько платить сотрудникам, чтобы добиться лучшего сервиса

Глава 19. Платите больше — и сэкономьте больше	134
Глава 20. Партнерская система оплаты	139

VI. Руководитель — лицо компании

Глава 21. Вы не можете притворяться	146
--	-----

VII. Важна каждая деталь

Глава 22. Продажа должна быть театром	152
Глава 23. Ваша мама была права: манеры	159
действительно очень важны	

Глава 24. Если у них такие туалеты, то как же 163
они работают?

Глава 25. Когда в последний раз вы задумывались 166
о своих указателях и вывесках?

Глава 26. Если босс плут, не ждите честности 168
от его подчиненных

Глава 27. Требования к одежде 170

VIII. Создавайте продукты, которые легко продавать

Глава 28. Попробуй — продай немного 172

Глава 29. Хороший сервис не спасет плохой товар 177

IX. Заимствуйте

Глава 30. Зачем изобретать велосипед? 184
Просто улучшите его!

Глава 31. О некоторых вещах вы даже и не подозревали 190

X. Ваш имидж

Глава 32. Говорите мягко, но..... 196

Глава 33. Промо-акции: футболки с символикой 200
или поддержка симфонического оркестра?

XI. Сделайте так, чтобы клиенты возвращались

Глава 34. Клиент, который приносит \$332 000 204

Глава 35. Как добиться того, чтобы вам прощали промахи..... 210

Глава 36. Такой подход действительно работает 212

Послесловие Стенли Маркуса 216