

Ken Blanchard, Sheldon Bowles

# Raving Fans

A Revolutionary Approach  
To Customer Service

Pearson Education

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Кен Бланшар и Шелдон Боулз

# Горячие ПОКЛОННИКИ

Революционный подход  
к обслуживанию клиентов

Перевод с английского Сергея Филина

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»  
Москва, 2014

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

УДК 339.138:658.8

ББК 65.290-2

Б68

*Издано с разрешения Pearson Education Inc.*

**Бланшар, К.**

Б68 Горячие поклонники. Революционный подход к обслуживанию клиентов / Кен Бланшар, Шелдон Боулз ; пер. с англ. С. Филина. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 192 с.

ISBN 978-5-00057-171-2

Эта книга, написанная в форме увлекательной бизнес-притчи, поможет точно понять, чего хотят ваши клиенты, добиться эффективной работы клиентского сервиса и заполнить армию горячих поклонников, готовых тратить на ваши услуги. Практические рекомендации авторов помогут любому бизнесу обеспечить высокий уровень обслуживания клиентов и увеличить прибыль.

УДК 339.138:658.8

ББК 65.290-2

Все права защищены.

Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

**VEGAS LEX**

© Blanchard Family Partnership and Ode to joy Limited, 1993

Authorized translation from the English language edition, entitled RAVING FANS; ISBN 0688123163; by Ken Blanchard and Sheldon Bowles.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the copyright holder.

RUSSIAN language edition published by MANN, IVANOV, AND FERBER PUBLISHERS. Copyright © 2014, as authorized by Pearson Education, Inc.

©Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014

ISBN 978-5-00057-171-2

# Оглавление

|                   |     |
|-------------------|-----|
| Предисловие ..... | 11  |
| Премия Чарли..... | 155 |

*Книга посвящается семерым «Чарли»  
клиентского обслуживания, указавшим нам дорогу:*

*— сенатору Дугласу Эверетту;*

*— Гэри Хейлу;*

*— Харви Маккею;*

*— Дею Оглу;*

*— Тому Питерсу;*

*— Ричарду Тейту;*

*— Дэвиду Уотсону.*

# Предисловие

## *Предисловие*

У всех успешных организаций есть одна общая черта: они сфокусированы на клиентах. Не важно, компания это, частная практика, больница или государственное ведомство, — успех приходит к тем и только к тем, кто одержим обслуживанием клиентов. Это давно уже не секрет. В заявлениях компаний о миссии, в их годовых отчетах, в лозунгах, развешанных на стенах, а также на тренингах и даже в телевизионных передачах провозглашается, что клиенты превыше всего. Но, говоря словами Шекспира, мудрость эту «похвальнее нарушить, чем блюсти»\*. Если называть вещи своими именами, то обычно обслуживание клиентов — полный отстой.

А чему удивляться? Посмотрите, как мы обучаем наших менеджеров. В университете у нас были курсы маркетинга, где мы изучали поведение потребителей. Преподавание строилось на том, что общество — это группа безмозглых покупателей и при должной рекламной поддержке и продвижении им можно продавать в огромных количествах все что угодно. Читая

---

\* Пер. М. Лозинского. Здесь и далее прим. пер.

## *Горячие поклонники*

лекции в разных уголках страны, я с сожалением отмечаю, что так до сих пор думают многие молодые менеджеры. Конечно, реклама, позиционирование продукта, ценовые стратегии, нацеленные на завоевание доли рынка, — все это важно. Однако продукты и услуги не продают — их покупают.

Поскольку в основном обслуживание клиентов у нас ужасающе низкого уровня, Америка созрела для революции. И пусть мы пока повторяем заявления о миссии и лозунги с плакатов на стене, признание необходимости качественного обслуживания уже налицо. Все чаще руководители компаний помещают клиентов в начало системы координат, и их успех становится путеводной звездой для всех прочих. Пять — восемь лет назад нас чуть не накрыла волна заботы о качестве. Но оказалось, и этого недостаточно. Сегодня волна борьбы за улучшение обслуживания клиентов поднялась даже выше, чем волна заботы о качестве, и, когда она накатит на нас, те, кто окажется к этому не готов, будут смыты и канут в Лету.

## *Предисловие*

Всем тем успехом, сопровождающим мой бизнес, мои книги, публичные выступления и благотворительные организации, с которыми я сотрудничаю, я обязан заботе о клиентах, — тому, что вижу их индивидуальность и стараюсь понять все их потребности. Хотел бы я прочесть «Горячих поклонников» несколько лет назад! Кен Бланшар превзошел себя. Книга действительно очень хороша. Авторы взяли важную и сложную тему, убрали все лишнее, кроме сути, и представили фундаментальные истины в простой, понятной и забавной форме. В деле завоевания горячих поклонников вашим ориентиром, как и моим, станет мантра «Решите, выясните, сделайте».

Не представляю, кто мог бы лучше написать об этом, чем Кен и Шелдон. Мы знакомы больше десяти лет по совместной работе в Организации молодых президентов — образовательной ассоциации руководителей моложе сорока лет, управляющих компаниями со штатом более пятидесяти человек и выручкой свыше пяти миллионов долларов. Мы с Шелдоном были ее

## *Горячие поклонники*

членами, а Кен — главным преподавателем с 1977 года. Именно «пинок» Кена побудил меня написать «Как плавать среди акул и не быть съеденным заживо»\*, а в ходе работы над книгой он был моим консультантом. У него непревзойденный талант представлять сложные вещи в простой форме, в результате чего люди получают истинные жемчужины мудрости и могут тут же применить их на практике. А Шелдон вместе с командой, которую он просил обязательно упомянуть, построил универсальную сеть бензозаправок Domo, славящуюся великолепным обслуживанием клиентов.

Конечно, читать эту книгу легко и весело, но главная ее мысль чертовски серьезна. Поэтому я собираюсь подарить по экземпляру всем сотрудникам Maskay Envelope Corporation. То же самое нужно сделать каждому, кто хочет создать армию горячих поклонников и наслаждаться успехом.

---

\* Маккей Х. Как плавать среди акул и не быть съеденным заживо. Минск : Попурри, 2008.

## *Предисловие*

Спасибо, Кен и Шелдон. Предложение написать это предисловие — огромная честь для меня. Но у меня есть одна просьба. Пожалуйста, пожалуйста, пожалуйста, не говорите ничего о горячих поклонниках моим конкурентам!

*Харви Маккей,  
основатель Maskay Envelope Corporation,  
автор книги «Как плавать среди акул  
и не быть съеденным заживо»*



Почитать описание и заказать  
в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги:



Проза:



Детские книги:

