

ОЛЬГА ШУРАВИНА

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ
«ЛОЯЛЬНЫЙ КЛИЕНТ.
КАК ПРЕВРАТИТЬ
РАЗГНЕВАННОГО
ПОКУПАТЕЛЯ В
СЧАСТЛИВОГО ЗА 60
СЕКУНД»

КнигиКратко

Ольга Шуравина

**Краткое содержание «Лояльный
клиент. Как превратить
разгневанного покупателя
в счастливого за 60 секунд»**

«Актюн управление и финансы»

Шуравина О. Н.

Краткое содержание «Лояльный клиент. Как превратить разгневанного покупателя в счастливого за 60 секунд» /

О. Н. Шуравина — «Актин управление и финансы»,
— (КнигиКратко)

Этот текст — сокращенная версия книги «Лояльный клиент. Как превратить разгневанного покупателя в счастливого за 60 секунд». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. Даже мировые лидеры сервиса, такие как Amazon.com, совершают ошибки. Однако лидеров от всех остальных компаний отличает то, как они и их сотрудники умеют свои ошибки исправлять. Если компания ошиблась, то недостаточно сказать «Мы приносим свои извинения». Подарить безделушку или 5 долларов тоже малоэффективно. Клиенту надо дать компенсацию. Компенсация – то, что имеет ценность в глазах клиента. При помощи компенсации компания показывает, что тот действительно важен для нее. Компенсация возвращает улыбку на лицо клиента за 60 секунд или даже быстрее и заставляет его воскликнуть «Вот это да!» В своей книге «Лояльный клиент» Джон Шоул, один из самых уважаемых американских специалистов по сервису, на примерах рассказывает, в чем главный секрет грамотной компенсации. Из нашего обзора вы узнаете о четырех правилах грамотной компенсации, пяти секретах лучших компаний по сервису, а также об ошибках, которые нельзя совершать ни в коем случае, и о многом другом. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги

© Шуравина О. Н.

© Акцион управление и финансы

Авторский обзор по материалам книги «Лояльный клиент. Как превратить разгневанного покупателя в счастливого за 60 секунд». Джон Шоул

Автор обзора: *Ольга Шуравина*

Правила и стратегии лучших компаний по сервису

Даже мировые лидеры сервиса, такие как Amazon.com, совершают ошибки. Однако лидеров от всех остальных компаний отличает то, как они и их сотрудники умеют исправлять свои ошибки. Джон Шоул на примерах показывает, как лидеры сервиса превращают разгневанного клиента в счастливого за 60 секунд. Главный секрет – грамотная компенсация.

История о сломавшемся подъемнике

Однажды Джон Шоул и его друг застряли на подъемнике. Три раза в течение часа к ним подходил лыжный патруль и сообщал о ходе ремонтных работ. Потом сообщили, что наверху потерпевших ждет подарок. Когда подъемник починили и Джон Шоул с другом попали на вершину горы, там их встретил представитель компании. Он извинился за неудобство и подарил два билета на подъемник и талон на бесплатные напитки. Оставшуюся часть дня и весь следующий день Джон вместе с другом рассказывали окружающим, что произошло и что им подарили. Это была мощная устная реклама.

Когда Джон спросил сотрудника, отвечающего за работу подъемника, почему он так сделал, тот ответил: «Мы поступаем так, как считаем нужным в каждой ситуации. Сотрудники наделены всеми полномочиями, чтобы заботиться о гостях».

Вывод. Если компания ошиблась, то недостаточно сказать «Мы приносим свои извинения». Подарить безделушку или 5 долларов тоже малоэффективно. Клиенту надо дать **компенсацию**. Компенсация – то, что имеет ценность в глазах клиента. При помощи компенсации компания показывает, что тот действительно важен для нее. Компенсация возвращает улыбку на лицо клиента за 60 секунд или даже быстрее и заставляет воскликнуть «Вот это да!»

Четыре правила грамотной компенсации

Правило 1. Действуйте быстро. Чтобы компенсация была эффективной, она должна исходить от сотрудников переднего края, которые теснее других контактируют с клиентами. Чем больше обостряется проблема и чем выше поднимается по иерархии руководителей, тем дороже обходится ее решение. Культуре обслуживания надо особенно обучать сотрудников переднего края.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.