

ОЛЬГА ШУРАВИНА

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ
«РЕАЛЬНЫЕ
ПОЛНОМОЧИЯ.
САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ
СОТРУДНИКОВ КАК
КЛЮЧ К УСПЕХУ»

КнигиКратко

Ольга Шуравина

Краткое содержание «Реальные полномочия. Самостоятельность сотрудников как ключ к успеху»

«Акция управление и финансы»

Шуравина О. Н.

Краткое содержание «Реальные полномочия. Самостоятельность сотрудников как ключ к успеху» / О. Н. Шуравина — «Актion управление и финансы», — (КнигиКратко)

Этот текст — сокращенная версия книги «Реальные полномочия. Самостоятельность сотрудников как ключ к успеху». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. Как часто в ответ на нашу просьбу в магазине, ресторане, банке, да и в любом месте, куда приходим в качестве клиента, мы слышим «У нас такие правила!». Правда в том, что клиента не интересуют ваши правила и регламенты. Он просто развернется и потратит деньги в другой компании. Лидеров сервиса от остальных отличает то, что они рассматривают покупателей как активы и возможности, а не как проблемы и затраты. Они не пытаются «победить» клиента. Напротив, они считают клиента самым дорогим гостем и всегда идут ему навстречу. А чтобы клиент ощущал себя дорогим гостем, необходимо, чтобы рядовой персонал сам, без вмешательства руководства, мог решить практически любую проблему клиента на месте и сразу. Как этого добиться? Ответ вы найдете в книге Джона Шоула. Она адресована и руководителям компаний, и рядовым сотрудникам. Персоналу «передовой» линии она позволит стать инициативным, ответственным и, как следствие, поможет построить карьеру. А руководителям и собственникам подскажет, как сделать сотрудников самостоятельными и в итоге вывести компанию в лидеры. В нашем обзоре мы расскажем о самых важных советах Джона Шоула. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги

© Шуравина О. Н.

© Акцион управление и финансы

Авторский обзор по материалам книги «Реальные полномочия. Самостоятельность сотрудников как ключ к успеху». Джон Шоул

Автор обзора: *Ольга Шуравина*

Советы Джона Шоула руководителям и сотрудникам, как сделать компанию лидером сервиса

Как часто в ответ на нашу просьбу в магазине, ресторане, банке, да и в любом месте, куда приходим в качестве клиента, мы слышим «У нас такие правила!». Правда в том, что клиента не интересуют ваши правила и регламенты. Он просто развернется и потратит деньги в другой компании. Лидеров сервиса от остальных отличает то, что они рассматривают покупателей как активы и возможности, а не как проблемы и затраты. Они не пытаются «победить» клиента. Напротив, они считают клиента самым дорогим гостем и всегда идут ему навстречу. А чтобы клиент ощущал себя дорогим гостем, необходимо, чтобы рядовой персонал сам, без вмешательства руководства, мог решить практически любую проблему клиента на месте и сразу. Как этого добиться? Ответ вы найдете в книге Джона Шоула. Она адресована и руководителям компаний, и рядовым сотрудникам. Персоналу «передовой» линии она позволит стать инициативным, ответственным и, как следствие, поможет построить карьеру. А руководителям и собственникам подскажет, как сделать сотрудников самостоятельными и в итоге вывести компанию в лидеры. В нашем обзоре мы расскажем о самых важных советах Джона Шоула.

История бакалейного магазинчика из Перу

Книгу Джон Шоул начинает с истории бакалейного магазина E Wong, который открыла в 1942 году в Лиме (Перу) семья китайских иммигрантов Эразмо и Анхеле Вонг. Преданные делу, они старались обеспечить покупателям наилучшее обслуживание. Несколько лет спустя магазин был настолько переполнен, что Вонги поняли: пора расширяться. Они увеличили торговую площадь и наняли еще сотрудников, однако магазины были по-прежнему переполнены. Причина в том, что независимо от размера магазинов и числа работников во главу угла владельцы ставили исключительный сервис. Однажды Джон Шоул читал семинар в Лиме. Он задал вопрос аудитории: «Какая компания в Перу больше всего ориентирована на обслуживание клиентов?» Две трети участников не задумываясь сказали – «Магазин Вонгов». Основной акцент владельцы магазинов делали на воспитании предприимчивости у персонала. Так, если ребенок уронит стаканчик с мороженым, бесплатно дать ему новый или доставить домой покупки пожилому человеку, которому трудно их нести.

В 2005 году компания сменила название на The Wong Group – она стала крупнейшим оператором супермаркетов и торговых центров в Перу. В декабре 2007 года владельцы продали бизнес чилийской компании Cencosud. С тех пор рыночная стоимость The Wong Group резко упала, и судьба бывшего перуанского короля супермаркетов находится под вопросом. Семья Вонгов открыла новый торговый центр – самый крупный и роскошный в Перу. Здесь владельцы тоже воплощают идеи исключительного сервиса.

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.