

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

**КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ
«ИСКРЕННИЙ
СЕРВИС»**

КнигиКратко

Библиотека КнигиКратко

**Краткое содержание
«Искренний сервис»**

«Акция Цифровое издательство»

КнигиКратко Б.

Краткое содержание «Искренний сервис» / Б. КнигиКратко — «Аktion Цифровое издательство», — (КнигиКратко)

Этот текст — сокращенная версия книги «Искренний сервис». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. Тот, кто мыслит как предприниматель, должен всегда двигаться в направлении, противоположном циклическому развитию рынка. Когда все сокрушаются о потерях, нужно вкладывать деньги — ведь потом эти деньги уже не будут такими дешевыми. Клаус Кобьёлл Клаус Кобьёлл, владелец конференц-отеля класса люкс Schindlerhof и автор книги «Искренний сервис», призывает всех руководителей поставить себе на службу мощные силы, таящиеся в человеческой психике. Первая из них зовется мечтой. «В детстве мы все умели мечтать, — пишет Клаус, — лежишь себе на травке, смотришь в небо и мысленно рисуешь свою будущую жизнь. Если вы забыли, как это делается, надо учиться заново. Иначе успеха вам не видать». Уже 14 лет Schindlerhof играет в высшей лиге конференц-отелей Германии. Годовой оборот компании — 8,5 млн евро. Оборот на одного сотрудника — 120 000 евро. Это вдвое превышает средние показатели по отрасли в Германии. Четыре раза подряд Schindlerhof признавали лучшим конференц-отелем Германии. Дважды отель получал премию Качества ведущих объединений германской промышленности. Последняя награда: отель Schindlerhof признан лучшим отелем Европы по итогам конкурса «100 Best Workplaces in Europe 2007». Клаус Кобьёлл ведет семинары и учебные курсы по темам «Маркетинг гостиничного бизнеса» и «Мотивационный менеджмент». По мотивам одного из этих семинаров написана книга «Искренний сервис». Ее главная ценность, конечно, в том, что все формулы Кобьёлла подтверждены его собственным примером. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги

© КнигиКратко Б.
© Актюн Цифровое издательство

Клаус Кобьёлл «Искренний сервис»

«Тот, кто мыслит как предприниматель, должен всегда двигаться в направлении, противоположном циклическому развитию рынка. Когда все сокрушаются о потерях, нужно вкладывать деньги – ведь потом эти деньги уже не будут такими дешевыми».

Клаус Кобьёлл

Предприимчивый мечтатель

Клаус Кобьёлл, владелец конференц-отеля класса люкс Schindlerhof и автор книги «Искренний сервис», призывает всех руководителей поставить себе на службу мощные силы, таящиеся в человеческой психике. Первая из них зовется мечтой. «В детстве мы все умели мечтать, – пишет Клаус, – лежишь себе на травке, смотришь в небо и мысленно рисуешь свою будущую жизнь. Если вы забыли, как это делается, надо учиться заново. Иначе успеха вам не видать».

Уже 14 лет Schindlerhof играет в высшей лиге конференц-отелей Германии. Годовой оборот компании – 8,5 млн евро. Оборот на одного сотрудника – 120 000 евро. Это вдвое превышает средние показатели по отрасли в Германии. Четыре раза подряд Schindlerhof признавали лучшим конференц-отелем Германии. Дважды отель получал премию Качества ведущих объединений германской промышленности. **Последняя награда на момент написания книги: отель Schindlerhof признан лучшим отелем Европы по итогам конкурса «100 Best Workplaces in Europe».**

Клаус Кобьёлл ведет семинары и учебные курсы по темам «Маркетинг гостиничного бизнеса» и «Мотивационный менеджмент». По мотивам одного из этих семинаров написана книга «Искренний сервис». Ее главная ценность, конечно, в том, что все формулы Кобьёлла подтверждены его собственным примером.

Биографическая справка

Клаус Кобьёлл родился в 1948 г. в Бамберге (ФРГ), бизнесом занимается с 22 лет. После окончания в 1970 г. Школы гостиничного бизнеса в Страсбурге (Франция) он, имея 1000 DM стартового капитала, открыл в Эрлангене (близ Нюрнберга) Creperie – первую в Германии «блинную» на 27 посадочных мест. Затем через каждые полтора года следовало открытие нового объекта в области популярной гастрономии: от дискотеки и джазового клуба до китайских и французских ресторанов и американского бара. Деревенский отель Schindlerhof был его двенадцатым предприятием и первой собственностью. В 1990 г. он превратил его в творческий центр Schindlerhof.

Анализ успеха отеля Schindlerhof

За последние 20 лет отель Schindlerhof добился роста в 300%, в то время как для данной отрасли в целом соответствующий показатель составил всего 150%. Клаус Кобьёлл называет несколько причин такого успеха.

Причина 1

Непреложное правило – никому и никогда не делать скидок. В ценовой борьбе малые и средние предприятия не могут победить в принципе. Отель Schindlerhof просто отказался от участия в ней. Такая политика способствует построению сильного бренда – у сильного бренда всегда строгие правила.

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.