



## Info:



**АЛЕКСАНДР  
СКАРЕДИН**

► директор филиала в г. Екатеринбург компании «TerrakulturRussia»  
<http://www.terrakultur.ru>



## НЕ СТАТЬ ЗАЛОЖНИКОМ

Сохранить самообладание  
и убедить оппонента

- автор: Джордж Колризер •

На заре своей трудовой деятельности Джордж Колризер был «переговорщиком». Он выполнял крайне тяжелые задачи, устанавливая «связь» с террористами, бандитами, потенциальными самоубийцами. Вел переговоры с людьми, находящимися в пограничных состояниях, от которых зависела жизнь и здоровье других.

Со временем Джордж понял, что в сущности любая напряжённая и тупиковая ситуация – это тот же захват заложников. И «заложник» – это особое состояние, характеризующееся полной беспомощностью, безнадежностью, агрессией, озлобленностью, апатией. Например, когда ночью грабитель влез к вам в дом и угрожает оружием; когда коллега во время очень важной презентации, на которую вы возлагали большие надежды, выставляет вас не в самом выгодном свете; когда кресло, к которому вы стремились много лет, вдруг отдают другому; когда вы стоите с малолетним ребён-

ком перед лифтом, в котором он вчера застрял, и у него начинается паника...

Автор пошагово объясняет, как правильно вести себя в подобных ситуациях: устанавливать контакт, быть в состоянии «принятия», стремиться помочь ближнему, быть честным – и не стать «заложником» самому.

При чём здесь сервис? Зачастую мелкие неурядицы с клиентом переходят в большие конфликты, которые не лучшим образом сказываются и на клиенте (он, как правило, уходит), и на сотрудниках (их психологическое состояние). Производительность труда падает, растёт текучесть кадров, страдает имидж компании. Всего этого можно избежать, понимая динамику отношений с людьми, поддерживая с ними эмоциональную связь.

Советы автора подойдут для многих сфер нашей жизни – общения с клиентами, коллегами, госорганами, семьёй, соседом по лестничной площадке.



## ИДЕАЛИЗИРОВАННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Как предотвратить завтрашний кризис сегодня  
Создание будущего организации

- **авторы:** *Рассел Акофф,* •  
*Джейсон Магидсон,*  
*Герберт Эдисон*

Книга позволяет по-новому взглянуть на все бизнес-процессы организации, их моделирование и проектирование. Ее мне порекомендовал известный бизнес-тренер Тахир Базаров, за что ему большое спасибо.

Суть метода заключается в групповом мыслительном эксперименте: группа «проектировщиков» представляет, что все системы, которые работают на предприятии, вчера исчезли или были разрушены. Нет ничего, и необходимо всю систему отстроить с нуля. Принципиально по-другому, не тратя время на мелкие улучшения тех вещей, которые когда-либо уже были внедрены в компании.

На моем опыте были случаи, когда в больших и структурированных компаниях с подробными инструкциями на все случаи жизни и детально прописанными бизнес-процессами происходили пустяковые по своей сути нестандартные мелочи. Правда, именно они не были предусмотрены и где-либо учтены. Эти ситуации вызывали настоящий коллапс, огромные потери рабочего времени, недовольство и уход клиентов, снижение доходов компании.

Всего это можно избежать, овладев простой техникой, которую предлагают авторы книги. Рекомендую книгу руководителям направлений стратегического планирования, клиентского опыта, маркетинга.



## КЛИЕНТЫ НА ВСЮ ЖИЗНЬ

- **автор:** *Карл Сьюэлл* •

200 страниц о простых вещах, о которых зачастую забывают, когда «делают бизнес». Книга гарантированно заставит посмотреть на отношения с клиентами с другой стороны.

Когда к Карлу по наследству перешёл автосалон, он сделал следующие расчеты: средняя стоимость автомобиля в США – 25 000\$, средний американец покупает в течение жизни около 10 машин и ещё треть от их стоимости тратит на техобслуживание и ремонт. Если покупатель приобрел автомобиль один раз, в кассе останется 25 000\$. А если этот человек будет твоим клиентом всю жизнь – 332 500\$. Согласитесь, разница более чем значительная.

Рецепт успеха автора – забота о своих клиентах. Пусть они почувствуют ее! Не надо дежурно улыбаться, просто наладьте свои системы таким образом, чтобы клиенту не пришлось часами ждать в очереди, было удобно парковаться и т.д. Делайте калькуляцию на стоимость работ с небольшим запасом – так, чтобы итоговый расчёт всегда был меньше первоначального. Нанимайте лучших профессионалов и платите им деньги, исходя из заслуг.

Рекомендую книгу всем, у кого есть клиенты – вне зависимости от должности, величины бизнеса и опыта.