



СЕРВИС, ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА БРЕНД

Новое конкурентное преимущество

- **авторы:** Джанелл Барлоу, Пол Стюарт

Как вдохнуть жизнь и душу в процедуры, инструкции и регламенты? Как сделать так, чтобы сотрудники разделяли ценности компании и проявляли их в отношениях с клиентами? Как создать такой сервис, который бы нравился клиентам и укреплял позиции компании на рынке?

У вас в руках - практическое руководство, которое отвечает на все эти вопросы, а также дает возможность поднять сервис на новый уровень, усиливая бренд компании при каждом взаимодействии с клиентом. «Сервис, ориентированный на бренд» - это путешествие в мир сервиса от сердца к сердцу.

Вы четко увидите разницу 4-х видов сервиса, их особенности и нюансы:

- сервис как статья расходов,
- сервис как необходимость,
- сервис как конкурентное преимущество
- сервис как живое выражение бренда.

Останется только выбрать, по какому пути пойдет именно ваша компания. Развитие сервиса требует кропотливой подготовительной работы по выявлению связи "бренд-сервис" и огромных усилий для изменения корпоративной культуры. Авторы показывают, как вдохновить всю организацию ценностями бренда и создать узнаваемый стиль работы, особый имидж компании.



ЖАЛОБА КАК ПОДАРОК

Обратная связь с клиентом – инструмент маркетинговой стратегии

- **авторы:** Джанелл Барлоу, Меллер Клаус

По мнению авторов, есть два самых верных метода потерять клиента – «не обращать внимания на жалобы или ничего не предпринимать для улучшения ситуации». Услышать клиента, вернуть его доверие в случае разочарования, укрепить лояльность, использовать претензии как стимул для улучшения сервиса - все это вы легко сможете делать, познакомившись с подходом, который предлагают авторы книги.

Лояльный клиент – гарант успеха бизнеса и внутреннего удовлетворения от любимого дела. Уникальная 8 - шаговая формула "жалоба-подарок", помимо повышения качества обслуживания, позволит улучшить климат внутри коллектива, научит вести грамотный диалог с клиентом и избавиться от страха ошибки в работе с покупателем.

Книга в корне меняет отношение к претензии, помогает найти полезное зерно в любом контакте с покупателем, сформировать у персонала фронт-лайн и руководства конструктивный подход и адекватную реакцию на жалобы клиента.

Info:



ВЛАД ГУЗУЛ

тренер-эксперт Уральского филиала ОАО «МегаФон» и партнер компании «ServiceUp.TK»