

Obsah

O autorovi	7
Úvod	9
1. kapitola	
Revoluce v chápání služeb a produktů	11
1.1 Nový model	12
1.2 Česká republika a Servuction	15
1.3 Kontrolní seznam	16
2. kapitola	
Zákazníci	17
2.1 Základní principy péče o zákazníky	18
2.2 Vytvoření prostředí zaměřeného na spokojenost zákazníka	19
2.3 Poznání zákazníka	21
<i>Kdo je to zákazník?</i>	21
<i>Zákaznické očekávání</i>	22
2.4 Kontrolní seznam	25
3. kapitola	
Zaměstnanci	27
3.1 Týmové role	28
3.2 Úloha zaměstnanců v péči o zákazníky	29
3.3 Přístup personálu k zákazníkovi	30
3.4 Víze	32
3.5 Výběr zaměstnanců, kteří jednájí se zákazníkem	33
3.6 Školení	36
<i>Ad 1. Dosažení konkrétních provozních dovedností</i>	37
<i>Ad 2. Seznámení se s přístupem firmy k trhu, s vizí, sdílení hodnot</i>	39
<i>Ad 3. Posílení loajality</i>	40
3.7 Firemní kultura	41
3.8 Prostředí	43
3.9 Stres	44
3.10 Role vedoucího	46
3.11 Odměňování – jen za dobrou práci	46
3.12 Zplnomocnění (Empowerment)	49
3.13 Role obchodníků vs. ostatních, kdo jednájí se zákazníkem	50
3.14 Kontrolní seznam	52
4. kapitola	
Procesy	53
4.1 Význam designu zákaznických interaktivních procesů	54
4.2 Tvorba procesů	57

4.3	Navrhování procesů jako zadání pro IT	58
4.4	Sdílení informací o zákazníkovi vs. privátnost dat	59
4.5	Znalost rolí v procesu uspokojení zákazníka	59
4.6	Kontrolní seznam	60
5. kapitola		
	Řízení očekávání	61
5.1	Komunikace zákazníkům	63
5.2	Kampaně	65
5.3	Garance	67
5.4	Standardní služby vs. nestandardní přístupy	70
5.5	Poznámka k roli služeb s přidanou hodnotou a nebezpečí ztráty zaměřenosti	71
5.6	Poznámka k plýtvání v péči o zákazníky	72
5.7	Kontrolní seznam	73
6. kapitola		
	Kvalita	75
6.1	Měřitelnost zákaznické zkušenosti	77
6.2	Standardy	80
6.3	Interní SLA	80
6.4	Vytváření priorit při nedostatku zdrojů	81
6.5	Quick & Dirty vs. důkladně, ale pomalu	83
6.6	Ozdravná role stížností	83
6.7	Práce se stížnostmi	85
6.8	Kdy zákazník nemá pravdu	91
6.9	Role ISO norem	92
6.10	Kontrolní seznam	93
7. kapitola		
	Odchody zákazníků	95
7.1	Důvody odchodů	96
7.2	Strategie pro udržení zákazníků na odchodu	98
7.3	Kontrolní seznam	103
Příloha		
	Call Centrum – jak do toho	105
	Příprava zadání	106
	Zavedení Call Centra	110
	<i>Základní technologické aspekty</i>	110
	<i>Výběr generálního dodavatele</i>	111
	<i>Výběr agentů</i>	112
	<i>Příprava procesů</i>	112
	<i>Další rozvoj</i>	113
	Závěr	115
	Literatura	116