

# Obsah

## PODĚKOVÁNÍ xiii

## ÚVOD 1

KDO JSOU ZÁKAZNÍCI? 1

## Kapitola 1 PROČ JE PÉČE O ZÁKAZNÍKA DŮLEŽITÁ 3

Marketingová rada 4

Institut služeb zákazníkům 5

## Kapitola 2 JAK ZLEPŠIT SLUŽBY ZÁKAZNÍKŮM 7

Buďte snadno k zastižení 7

Informovanost 7

Umístění, umístění, umístění 8

Kontaktní informace 8

Nemějte zavřeno, když máte mít otevřeno 9

Zvedejte rychle telefon 9

*PŘÍPADOVÁ STUDIE – BRITISH GAS (BRITSKÉ PLYNÁRNY)* 10

*PŘÍPADOVÁ STUDIE – FEDERAL EXPRESS* 10

Zajistěte pohodlné čekání/sezení 11

Nenechávejte zákazníky čekat. Vysvětlete důvod zpoždění 13

Nechejte zákazníky jednat po svém 14

Mějte znalosti o svém výrobku 14

Nedopusťte, aby vám došlo zboží 15

Zadejte správně objednávku 16

Zůstaňte v pohotovosti i po uzavření obchodu 16

Usnadněte placení 17

*PŘÍPADOVÁ STUDIE SAFEWAY* 17

<b>Neúčtujte přehnanou cenu kvůli nesmyslným příplatkům</b>	<b>19</b>
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE SPECSAVERS</i>	19
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE DAEWOO</i>	19
<b>Dodávejte zboží včas</b>	<b>20</b>
<b>Nabídněte záruku, která něco znamená</b>	<b>21</b>
<b>Vracejte peníze rychle</b>	<b>22</b>
<b>Odměňte zákazníka za to, že jedná s vámi</b>	<b>22</b>
<b>Cvičení a shrnutí</b>	<b>23</b>

## **Kapitola 3 JAK LÉPE DODÁVAT KVALITU** **25**

<b>Vyrábějte dobrý výrobek</b>	<b>25</b>
<b>Zajistěte, aby to fungovalo už napoprvé</b>	<b>26</b>
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE DOMINO</i>	27
<b>Překonávejte očekávání</b>	<b>27</b>
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE KWIK-FIT</i>	27
<b>Neustále usilujte o zlepšení</b>	<b>28</b>
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE MILLIKEN</i>	29
<b>Neříkejte si, že se s tím nedá nic dělat</b>	<b>29</b>
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE NEW YORK CITY</i>	30
<b>Nikdy se nespokojte s tím, že „vzhledem k... je to dobré“</b>	<b>30</b>
<b>Mějte na paměti hlavní zásady, vyhýbejte se snadným řešením</b>	<b>31</b>
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE HARRY RAMSDEN'S</i>	32
<b>Nezastírejte nedostatky zbytečnými ozdůbkami</b>	<b>32</b>
<b>Nepoužívejte výmluvy</b>	<b>33</b>
Nejnámější omluvy	33
<b>Důvěřujte vlastním výrobkům</b>	<b>36</b>
<b>Zbystřete pozornost, pokud by si zaměstnanci váš výrobek nekoupili</b>	<b>37</b>
<b>Cvičení a shrnutí</b>	<b>37</b>

## **Kapitola 4 JAK LÉPE ZVLÁDAT VZTAHY**

### **SE ZÁKAZNÍKEM** **39**

<b>Odpovídejte rychle na poptávku po inzerovaném zboží</b>	<b>39</b>
<b>Naslouchejte zákazníkům</b>	<b>40</b>

<b>Vycházejte vstříc</b>	41
<b>Usonadněte podávání stížností</b>	41
<b>Reagujte na stížnosti</b>	42
<b>Analyzujte stížnosti</b>	43
<b>Mějte úctu k zavedeným zákazníkům</b>	44
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE SUPERQUINN</i>	44
<b>Učiňte zákazníky svými nejlepšími vyslanci</b>	44
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE MOONEY AIRCRAFT</i>	45
<b>Nemyslete si, že stačí být milý</b>	45
<b>Podporujte v zákaznících věrnost</b>	47
<b>Dopřejte zákazníkům, aby se cítili zahrnuti péčí</b>	48
<b>Nepokládejte vztahy za samozřejmé</b>	50
<b>Buďte pro svého zákazníka důležití</b>	50
<b>Když přijdete o zákazníka, zjistěte proč</b>	51
<b>Cvičení a shrnutí</b>	51
<b>Kapitola 5 JAK ZDOKONALIT OBCHODNÍ PROCESY</b>	53
<b>Jednejte strategicky</b>	54
<b>Podívejte se na současnou situaci z jiného pohledu</b>	54
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE MRAKODRAP</i>	55
<b>Stanovte si snadno dosažitelné cíle</b>	56
<b>Stanovte si těžko dosažitelné cíle</b>	57
<b>Dejte jednotlivým úkolům společný cíl</b>	57
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE FEDERAL EXPRESS</i>	57
<b>Držte krok s dobou. Inovujte</b>	58
<b>Učte se od nejlepších firem</b>	59
<b>Jste jediní svého druhu ve městě? Neoddychujte!</b>	61
<b>Sledujte konkurenci</b>	61
<b>Sjednoťte své marketingové aktivity</b>	62
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE UNIFORMY KADETŮ</i>	62
<b>Soustřeďte se na celkový obraz. A starejte se také o detaily</b>	62
<b>Soustřeďte se na detail. A starejte se také o celkový obraz</b>	63
<b>Všímejte si písma na stěně</b>	64



<b>Buďte součástí řešení, ne problému</b>	65
<b>Řešte problémy</b>	65
<b>Snažte se rozumět lidem, ne procesům, a poskytněte správné služby</b>	66
<b>Nemyslete si, že co je v počítači, musí být správné</b>	67
<b>Zjednodušte složité. A nedělejte, proboha, složité z jednoduchého</b>	68
<b>Rozezněte, kdy je třeba řídit těsně a kdy volně</b>	69
<b>Mějte jasná a stručná pravidla</b>	70
<b>Oprávněte zaměstnance k samostatnému jednání, aby se nemuseli pokaždé nejprve ptát vedoucího</b>	71
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE SKANDINÁVSKÉ AEROLINIE</i>	71
<b>Uvědomte si, že vás mohou zranit i staří přátelé</b>	72
<b>Přiznejte chyby</b>	72
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE WATCHDOG</i>	73
<b>Nesvalujte odpovědnost na druhé</b>	74
<b>Krize? Jaká krize? Připravte se předem</b>	74
<b>Pamatujte na Murphyho zákony</b>	76
<b>Zaměřte se na vlastní potřeby a na potřeby spolupracovníků</b>	76
<b>Nemějte pouze snahu něco udělat, udělejte to</b>	77
<b>Kontrolujte práci, nepředpokládejte, že jste vše udělali správně</b>	77
<b>Jednejte s dodavatelem jako s obchodními partnery</b>	78
<b>Plaťte dodavatelům včas</b>	78
<b>Cvičení a shrnutí</b>	79
<b>Kapitola 6 JAK I ÉPE KOMUNIKOVAT</b>	81
<b>Buďte k zastižení</b>	81
<b>Vytvářejte návrhy, zabývejte se jimi a jednejte podle nich</b>	82
<i>Britské sdružení pro iniciování návrhů zaměstnanců</i>	83
<b>Učiňte důležitým i ten nejmenší článek služeb</b>	83
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE HOTEL ALGONQUIN</i>	84
<b>Naslouchejte</b>	84
<b>Ptejte se proč</b>	85
<b>Neslibujte modré z nebe</b>	86
<b>Dodržujte sliby</b>	86

<b>Nikdy nelžete</b>	87
<b>Blahopřejte si pouze tehdy, když si to skutečně zasloužíte</b>	87
<b>Nezveřejňujte klamavou reklamu</b>	87
<b>Považujte reklamu za víc než pouhé vylepení plakátu</b>	88
<b>Myslete vždy na styk s veřejností</b>	89
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE HOOVER</i>	89
<b>Zadávejte jasné pokyny</b>	90
<b>Vysvětlete jasně návod k použití</b>	91
<b>Cvičení a shrnutí</b>	92

## **Kapitola 7 JAK LÉPE ZVLÁDAT VZTAHY SE ZAMĚŠTNANCI** 93

<b>Jednejte se zaměstnanci jako s dospělými</b>	93
<b>Mějte porozumění pro menšiny</b>	94
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE MERRILL LYNCH</i>	94
<b>Poskytněte zaměstnancům volnost rozhodování</b>	95
<b>Podporujte zaměstnance ve flexibilitě</b>	96
<b>Poskytněte zaměstnancům řádný výcvik</b>	96
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE BRITSKÉ AEROLINIE</i>	97
<b>Oslavujte a odměňujte znamenité výkony</b>	98
<b>Zvolte správné stimuly. Odměňujte ty správné věci</b>	98
<i>PŘÍPADOVÁ STUDIE SAFEWAY</i>	98
<b>Cvičení a shrnutí</b>	99

## **Kapitola 8 JAK SI ZLEPŠIT IMAGE** 101

<b>Vytvořte si vhodnou image</b>	101
<b>Jednejte zdvořile, když na sobě máte symbol firmy</b>	102
<b>Chovejte se jako dospělí</b>	102
<b>Buďte odpovědní vůči životnímu prostředí</b>	102
<b>Buďte odpovědní vůči společnosti</b>	104
Sponzorství	104
Záchrana/obnova	105
Vzdělávací programy	105



Zapojte rodinu	106
Zapojte komunitu	106
<b>Neurázejte zvláštní zájmové skupiny</b>	<b>106</b>
<b>Dodržujte zákon</b>	<b>108</b>
<b>Netloustněte, nehloupněte a neupadejte do přehnané spokojenosti</b>	<b>108</b>
<b>Cvičení a shrnutí</b>	<b>109</b>

## **Kapitola 9 POHLED DO BUDOUCNA 111**

Hlavní témata	111
---------------	-----

## **POUŽITÁ LITERATURA 113**

## **Rejstřík 115**

