

Эта книга служит неиссякаемым источником идей для развития нашего бизнеса.

Олег Хусаенов, генеральный директор Международного автомобильного холдинга «Атлант-М»

# Карл Сьюэлл и Пол Браун

# Клиенты на всю жизнь



[ Хороший перевод! ]

УДК 339.138:658.8  
ББК 65.290-2  
С96

**Сьюэлл, К.**

С96 Клиенты на всю жизнь / Карл Сьюэлл, Пол Браун ; пер. с англ. М. Иванова и М. Фербера. — 6-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2009. — 240 с.

ISBN 978-5-91657-024-3

Карл Сьюэлл — успешный бизнесмен, которому удалось поднять продажи до невиданных высот благодаря привлечению и удержанию покупателей.

Его книга являет собой практическое руководство по работе с клиентами (а попутно и по организации работы предприятия, маркетингу и мерчендайзингу). Сьюэлл рекомендует всем делать ставку на постоянных клиентов, поскольку настрой на разовые продажи делает бизнес неустойчивым. И убедительно доказывает: чтобы удержать клиента, необходимо пересмотреть свои взгляды не только на обслуживание как таковое, но и на организацию работы, оплату труда, чистоту помещений, дизайн ландшафта и многие другие мелочи.

Книга будет полезна как тем, кто только начинает свой бизнес, так и тем, кто ищет пути его дальнейшего расширения.

УДК 339.138:658.8

ББК 65.290-2

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс».

**VEGAS LEX**

ISBN 978-5-91657-024-3

© Carl Sewell, 1998

© Иванов М. С. Фербер М. В.,  
перевод на русский язык 2005

© Издание на русском языке, оформление.  
ЗАО «Манн, Иванов и Фербер», 2006

© Дизайн обложки. Студия Артемия Лебедева, 2005

# Оглавление

От издателей.....	8
От партнера российского издания.....	10
Предисловие автора к российскому изданию.....	12
Предисловие Тома Питерса.....	15

## **Точка отсчета**

Проблемы и возможности хорошего сервиса.....	20
Десять заповедей обслуживания клиентов.....	24
Точка отсчета: вы хотите быть первым?.....	26

## **I. Спросите клиентов о том, чего они хотят, и дайте им это**

<b>Глава 1.</b> Клиенты сами подскажут вам,.....	32
как обеспечивать хороший сервис	
<b>Глава 2.</b> Если клиент о чем-либо просит,.....	42
ответ всегда — «да»	
<b>Глава 3.</b> Забудьте о том, что такое рабочие часы.....	45
<b>Глава 4.</b> Обещайте меньше, делайте больше.....	48

## **II. Как всегда оказывать хорошие услуги**

<b>Глава 5.</b> Системы, а не улыбки.....	52
<b>Глава 6.</b> Увольте контролеров.....	57
<b>Глава 7.</b> Увольте менеджеров, отвечающих.....	61
за отношения с клиентами	

<b>Глава 8.</b> Делайте все правильно с первого раза .....	64
<b>Глава 9.</b> Когда что-то идет не так .....	71
<b>Глава 10.</b> Как всегда иметь то, что нужно вашим клиентам... 76	
<b>Глава 11.</b> Никогда не бывает слишком хорошо .....	80

### **III. Люди: как заботиться о клиентах — и сотрудниках**

<b>Глава 12.</b> Вопрос: кто важнее — ваш клиент .....	86
или ваш работник? Ответ: оба	
<b>Глава 13.</b> Клиент <i>не всегда</i> прав .....	90
<b>Глава 14.</b> Как сделать так, чтобы клиенты .....	96
пошли вам навстречу	
<b>Глава 15.</b> Программы для постоянных покупателей .....	100
<b>Глава 16.</b> Как нанять лучших сотрудников .....	104
<b>Глава 17.</b> Выращивание суперзвезд .....	112

### **IV. Как узнать, насколько вы хороши**

<b>Глава 18.</b> Учет не только денег .....	118
---	-----

### **V. Сколько платить сотрудникам, чтобы добиться лучшего сервиса**

<b>Глава 19.</b> Платите больше — и сэкономьте больше .....	134
<b>Глава 20.</b> Партнерская система оплаты .....	139

### **VI. Руководитель — лицо компании**

<b>Глава 21.</b> Вы не можете притворяться .....	146
--	-----

### **VII. Важна каждая деталь**

<b>Глава 22.</b> Продажа должна быть театром .....	152
<b>Глава 23.</b> Ваша мама была права: манеры .....	159
действительно очень важны	

<b>Глава 24.</b> Если у них такие туалеты, то как же ..... они работают?	163
<b>Глава 25.</b> Когда в последний раз вы задумывались ..... о своих указателях и вывесках?	166
<b>Глава 26.</b> Если босс плут, не ждите честности ..... от его подчиненных	168
<b>Глава 27.</b> Требования к одежде .....	170

## **VIII. Создавайте продукты, которые легко продавать**

<b>Глава 28.</b> Попробуй — продай немного .....	172
<b>Глава 29.</b> Хороший сервис не спасет плохой товар .....	177

## **IX. Заимствуйте**

<b>Глава 30.</b> Зачем изобретать велосипед? ..... Просто улучшите его!	184
<b>Глава 31.</b> О некоторых вещах вы даже и не подозревали ....	191

## **X. Ваш имидж**

<b>Глава 32.</b> Говорите мягко, но.....	196
<b>Глава 33.</b> Промо-акции: футболки с символикой ..... или поддержка симфонического оркестра?	200

## **XI. Сделайте так, чтобы клиенты возвращались**

<b>Глава 34.</b> Клиент, который приносит \$332 000 .....	204
<b>Глава 35.</b> Как добиться того, чтобы вам прощали промахи.....	207
<b>Глава 36.</b> Такой подход действительно работает .....	209
<b>Послесловие</b> Стенли Маркуса .....	213