

Джанелл Барлоу, Клаус Мёллер

Жалоба – это подарок

**Как сохранить лояльность клиентов
в сложных ситуациях**

Второе издание,
переработанное и дополненное



Издательство «ОЛИМП–БИЗНЕС»

Москва, 2017

УДК 339.138
ББК 65.290-2
Б253

Барлоу, Джанелл

Б253 Жалоба — это подарок. Как сохранить лояльность клиентов в сложных ситуациях / Джанелл Барлоу, Клаус Мёллер : [перевод с английского]. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство «Олимп-Бизнес», 2017. — 352 с.: ил.

ISBN 978-5-9693-0342-3

Предлагаемая книга — практическое руководство для организаций любого типа, работающих во всех сферах экономики и еженедельно взаимодействующих с потребителями. Авторы переработали предыдущее издание и дополнили его новыми идеями, рекомендациями и примерами. В основе их рассуждений лежит концепция «жалоба — это подарок», позволяющая эффективно и без особых затрат оптимизировать и совершенствовать бизнес.

Книга предназначена руководителям организаций, менеджерам, преподавателям и студентам, а также всем, чья работа связана с взаимодействием с потребителями, и тем, кто интересуется данной проблематикой.

УДК 339.138
ББК 65.290-2

Все права защищены. Воспроизведение всей книги или ее части в любом виде воспрещается без письменного разрешения издателя.

A member of: **BPR** 
Business Publishers Roundtable.com

© 2008 by Janelle Barlow and Claus Møller
First published by Berrett-Koehler Publishers,
Inc., San Francisco, CA, USA
All rights reserved.

© Перевод на русский язык, издание,
оформление. Издательство «Олимп-Бизнес»,
2012, 2017

ISBN 978-5-9693-0342-3

Содержание

Отзывы о книге	VII
Об авторах	XIV
От авторов	XVIII
Вступительное слово	XX
Введение. Говорит клиент	1
Часть I. Жалоба: дорога жизни, ведущая к клиенту.....	21
Глава 1. Наша стратегия: «жалоба — это подарок»	23
Глава 2. Жалобы. Неизбежное зло или шанс на успех?.....	38
Глава 3. Извлечение выгоды из жалоб	64
Глава 4. Почему люди не жалуются?	88
Глава 5. О чем думает недовольный потребитель?.....	118
Часть II. «Жалоба — это подарок»: стратегия на практике	145
Глава 6. Формула «жалоба = подарок».....	148
Глава 7. Как сделать потребителей лучше и доброжелательнее	169
Глава 8. Когда клиенты теряют контроль над собой.....	191

Содержание

Глава 9. Все дело в словах. Как отвечать на письменные жалобы	216
Глава 10. От шепота до глобального рупора	240
Часть III. Желание нападать и искусство понимать. Личная сторона жалобы	257
Глава 11. Если обратная связь задевает личность	259
Глава 12. Убедитесь, что ваша жалоба — подарок	279
Заключение. Взгляд в будущее	291
Примечания	294