

OBSAH

Předmluva	7
O autorce	8
Sebeocení	9
1. Co je to zákaznická věrnost?	13
1.1 Vaše zkušenosti jako zákazníka	14
1.2 Důležitost budování zákaznické věrnosti	15
1.3 Kolik stojí nebudování zákaznické věrnosti	16
1.4 Výsledky výzkumů	17
2. Co je zapotřebí znát	21
2.1 Ještě něco o věrnosti	21
2.2 Kdo jsou moji zákazníci?	21
2.3 Řetěz zákazník - dodavatel	22
2.4 Vlivy na zákaznickou věrnost	24
2.5 Okamžik pravdy	25
2.6 Lidský - obchodní model	26
2.7 Model "Tak to je"	28
3. Základní služby a zákaznické služby	33
3.1 Kvalita základních služeb	35
3.2 Pečlivé zákaznické služby	35
3.3 Zákaznické vysvědčení	37
3.4 Jak získáme věrné zákazníky	39
3.5 Poskytujte výhody	40
3.6 Praktické využití výhod	41
3.7 Co vytváří zákaznickou věrnost	42
4. Zákaznická věrnost v praxi	45
4.1 Základní služby versus zákaznické služby	47
4.2 Co můžete dělat vy?	50
4.3 Vztah mezi zákaznickým očekáváním a vnímáním	52

4.4 Zákaznická věrnost jako individuální pojem	54
4.5 Nezapomeňte na to hlavní	56
4.6 Stupnice zákaznické věrnosti	57
5. Dvě studie zákaznické věrnosti	60
5.1 Popis prostředí	60
5.2 Údaje	62
5.3 Závěry	74
5.4 Udělejte si vlastní zákaznický průzkum	76
6. Získávání nebo udržení	78
6.1 Udržení zákazníků je osvědčenou ziskovou strategií	80
6.2 Strategie udržení zákazníků	83
6.3 Udržení zaměstnanců souvisí s udržením zákazníků	88
6.4 Zaměření pouze na získávání zákazníků je nebezpečné	89
7. Stížnosti mohou upevnit věrnost!	92
7.1 Nový pohled na stížnosti zákazníků	92
7.2 Čtyři kroky k nápravě	96
7.3 Plánovaná nebo spontánní náprava?	99
7.4 Proč je náprava v případě služeb důležitá?	100
8. Vaše role při získávání věrných zákazníků	103
8.1 Jak si poradit s očekáváním zákazníků a jak zvládnout okamžik pravdy	103
8.2 Máte na výběr	106
8.3 Personální strategie	110
8.4 Práce jako poslání	111
8.5 Dejte své práci osobní pečeť	113
8.6 Poznejte své zákazníky	114
8.7 Problémy zákaznických služeb	115
8.8 Shrnutí	118
Závěrečný test	120