

klientu
apkalpošanas
ģēnijs

customer genius

Becoming a customer-centric business

peter fisk

CAPSTONE

klientu apkalpošanas ģēnijs

**Kļūt par biznesu,
kas orientēts uz klientiem**

P Ī T E R S F I S K S

Tulkojums no angļu valodas

 LIETIŠĀS
INFORMĀCIJAS
DIENESTS

I Z D E V N I E C Ī B A

Rīga 2010

UDK 005 + 339

Fi 850

Peter Fisk
Customer Genius

Copyright © 2009 by Peter Fisk

First published in 2009 by Capstone Publishing Ltd (a Wiley Company)

All Rights Reserved. Authorised translation from the English language edition published by Capstone Publishing Limited. Responsibility for the accuracy of the translation resets solely with Lietišķās informācijas dienests and is not the responsibility of Capstone Publishing Limited. No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of the original copyright holder, Capstone Publishing Limited.

Pīters Fisks
Klientu apkalpošanas ģēnijs

© SIA «Lietišķās informācijas dienests», 2010

Visas tiesības aizsargātas. Aizliegts jebkādu grāmatas daļu reproducēt jebkādā formā un veidā bez rakstiskas autortiesību turētāja atļaujas.

No angļu valodas tulkojusi Rita Baroniņa-Maurāna
Literārā redaktore Regīna Janmane
Maketētājs Artūrs Maurāns
Grāmatu nodaļas vadītāja Rita Baroniņa-Maurāna

Iespiests tipogrāfijā «Informatīvā biznesa centrs»

Izdevējs: SIA «Lietišķās informācijas dienests»

Adrese: Graudu ielā 68, Rīgā, LV-1058

Tālrunis 67606110

Fakss 67606120

www.lid.lv

ISBN 978-9984-826-71-4 (latviešu val.)

ISBN 978-1-841-12788-0 (angļu val.)

Saturs

1. DAĻA. KLIENTU PASAULE	11
1. ieraksts. Sveiki!	13
2. ieraksts. Mana pasaule... cilvēki un viņu aizraušanās	17
2.1. Brīnišķīgie cilvēki	18
1. ieskats: <i>Facebook</i>	21
2.2. Globālais ciemats	23
2. ieskats: <i>Air Asia</i>	25
2.3. Klientu ciltis	26
3. ieskats: <i>Banyan Tree</i>	30
3. ieraksts: Mana kārtība... kas man visvairāk rūp	35
3.1. Emocionālā pasaule	36
4. ieskats: <i>Baidu</i>	38
3.2. Klientu kaleidoskopi	40
5. ieskats: <i>Stendera ziepju fabrika</i>	44
3.3. Klientu ikdiena	47
6. ieskats: <i>Camper Shoes</i>	52
4. ieraksts: Mani noteikumi... varu cilvēkiem.	57
4.1. Klientu vara	58
7. ieskats: <i>Livestrong</i>	60
4.2. Vilkēt, nevis grūst.	62
8. ieskats: <i>Progressive</i> apdrošināšana	64
4.3. No ārpuses uz iekšu, no iekšpuses uz āru	66
9. ieskats: <i>Zipcars</i>	67

klientu apkalpošanas ģēnijs

5. ieraksts: Mans bizness... klientu bizness	73
5.1. Uz klientiem centrēts bizness	74
10. ieskats: <i>Amazon</i>	75
5.2. Vērtība klientiem, vērtība biznesam	79
11. ieskats: <i>Best Buy</i>	82
5.3. Klientu biznesa desmit dimensijas	85
2. DAĻA. KLIENTU BIZNESS	89
1. dimensija: Klientu vīzija	91
1.1. Klientu nolūks	92
12. ieskats: <i>Lego</i>	95
1.2. Klientu zīmols	97
13. ieskats: <i>Aveda</i>	100
1.3. Saikne ar klientiem	101
14. ieskats: <i>Cemex</i>	104
2. dimensija: Klientu stratēģija	107
2.1. Klientu rentabilitāte.	108
15. ieskats: <i>Nike Women</i>	113
2.2. Klientu segmentācija	115
16. ieskats: <i>Club Med</i>	117
2.3. Klientu vadība	119
17. ieskats: <i>Tata</i>	123
3. dimensija: Klientu izpratne	127
3.1. Informācija par klientiem	128
18. ieskats: <i>Dove</i>	135
3.2. Klientu izpēte	137
19. ieskats: <i>H&M</i>	139
3.3. Atklāsmes par klientiem	141
20. ieskats: <i>Harrah's Casinos</i>	145
4. dimensija: Piedāvājumi klientiem	149
4.1. Klientu konteksts	150
21. ieskats: <i>Whole Foods Market</i>	153

4.2.	Piedāvājumi klientiem	155
	22. ieskats: <i>Oxfam Unwrapped</i>	160
4.3.	Sarunas ar klientiem	162
	23. ieskats: <i>Jimmy Choo</i>	165
5. dimensija:	Risinājumi klientiem	169
5.1.	Sadarbība ar klientiem	170
	24. ieskats: <i>Heinz</i> tomātu kečups	173
5.2.	Inovācijas klientiem	174
	25. ieskats: <i>Smart USA</i>	178
5.3.	Risinājumi klientiem	179
	26. ieskats: <i>Boeing 787 Dreamliner</i>	181
6. dimensija:	Klientu saites	185
6.1.	Klientu komunikācija	186
	27. ieskats: <i>Wumart</i> Ķīnā	190
6.2.	Klientu tikli	192
	28. ieskats: <i>Zopa</i>	196
6.3.	Klientu kanāli	197
	29. ieskats: <i>Quintessentially</i>	200
7. dimensija:	Klientu pieredzes	203
7.1.	Klientu ceļš.	204
	30. ieskats: <i>Nintendo Wii</i>	208
7.2.	Klientu teātris.	209
	31. ieskats: <i>Vom Fass</i>	214
7.3.	Neierastas pieredzes	214
	32. ieskats: <i>Build a Bear Workshop</i>	217
8. dimensija:	Klientu apkalpošana	221
8.1.	Piegāde klientiem	222
	33. ieskats: <i>Disnejlenda</i>	226
8.2.	Individualizēta apkalpošana.	227
	34. ieskats: <i>Singapore Airlines</i>	230
8.3.	Apkalpošanas atvēršana	232
	35. ieskats: <i>Ritz-Carlton</i>	235

klientu apkalpošanas ģēnijs

9. dimensija: Klientu attiecības	239
9.1. Partnerība ar klientiem	240
36. ieskats: <i>Harley-Davidson</i>	243
9.2. Klientu kopienas	245
37. ieskats: <i>The Co-operative Group</i>	249
9.3. Klientu pārstāvji	251
38. ieskats: <i>New Balance</i>	255
10. dimensija: Klientu rīcība	259
10.1. Vērtību noteicēji	260
39. ieskats: <i>Enterprise Car Rental</i>	262
10.2. Klientu rādītāji	263
40. ieskats: <i>First Direct</i>	266
10.3. Biznesa ietekme	268
41. ieskats: <i>GE</i>	273
3. DAĻA. KLIENTU IEGUVĒJI.	277
6. ieraksts: Līderība... vadīt klientu revolūciju.	279
6.1. Iedvesmojošie cilvēki	280
42. ieskats: <i>Eczacibasi</i>	284
6.2. Jaunie biznesa līderi	286
43. ieskats: <i>P&G</i>	288
6.3. Klientu aizstāvji	291
44. ieskats: <i>MAC Cosmetics</i>	293
7. ieraksts: Kultūra... radīt cilvēkos aizrautību	297
7.1. Iesaistīt savus cilvēkus	298
45. ieskats: <i>Pret A Manger</i>	300
7.2. Apvienot cilvēkus un klientus	301
46. ieskats: <i>Innocent</i>	304
7.3. Struktūras, simboli un stāsti	306
47. ieskats: <i>Toyota</i>	310
8. ieraksts: Pārveide... centrēšanās uz klientiem	315
8.1. Radīt klientu revolūciju	316
48. ieskats: <i>Avon</i>	319

8.2. Ļaut pārmaiņām notikt	321
49. ieskats: <i>Škoda</i>	325
8.3. <i>Virgin</i> iedvesma	327
PIELIKUMS. THE GENIUS LABORATORIJA	331
Klienta biznesa karte	332
Vairāk <i>Genius</i>.	343
• <i>Genius</i> dzīve	343
• <i>Genius</i> darbi	344
• <i>Genius</i> grāmatas	344
Pateicība	347
Par autoru	349

Klientu pasaule

Klientu pasaulē mēs pētīsim, ko nozīmē būt uz klientiem orientētam biznesam un kāpēc tas ir labākais biznesa īstenošanas veids. Mēs pētīsim, kā mainās klienti, ko viņi vēlas un kā viņi to vēlas. Mēs aplūkosim, kā business var izmantot šīs jaunās klientu gaidas, kā var strādāt jaunos un aizraujošos veidos un kādu ietekmi tas atstās uz jūsu tirgu un komercdarbību.