



Рубрику ведет  
**Оксана Рустамова**



**Его величество Клиент**

Леонардо Ингильери      **\*\*\*\***  
и Мика Соломон

**«Выдающийся сервис,  
отличная прибыль. Принципы  
достижения настоящей  
клиентоориентированности»**

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»,  
Москва 2013

Книга как будто нарочно написана для всех, кто связан со страховым бизнесом, поскольку именно эта отрасль вызывает более всего нареканий в части качества услуг и клиентоориентированности, выделяясь этим даже в нашей стране ненавязчивого сервиса! Если пропустить рассуждения о том, что лояльный клиент лучше клиента нелояльного (спасибо автору, он тратит на них только вступление), все советы и рекомендации можно и нужно немедленно внедрять в жизнь компании – бизнес-процессы от этого только выиграют. А в приложениях к основному тексту книги вообще даются готовые к использованию руководства и стандарты обслуживания – бери и внедряй! Однако именно на этапе внедрения и могут начаться трудности, ведь настоящий успех ждет лишь ту компанию, в которой не только топ-менеджмент читает хорошие книги и претворяет ценные идеи в жизнь, но и каждый работник отчетливо осознает: зарплату ему платит не босс, а клиент. Впрочем, работе с персоналом в этой книге посвящена целая глава, после прочтения которой решать задачу правильной мотивации сотрудников тоже станет легче.



Дэн Ариели

\*\*\*\*\*

**«Поведенческая экономика.  
Почему люди ведут себя  
иррационально, и как  
заработать на этом»**

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»,  
Москва 2013

Желание постичь мотивы потребителя наших услуг и научиться ими управлять – мечта любого менеджера. Увы, сделать это практически невозможно, потому что «люди редко делают свой выбор, руководствуясь абсолютными категориями», а еще потому, что «наше неумение понять самих себя в различных эмоциональных состояниях не способно измениться к лучшему с опытом», да и вообще мы никогда не принимаем по-настоящему рациональных решений. Но книга как раз и дает нам понимание того, как жить и преуспевать благодаря такой вот нерациональности окружающего мира. Приятный бонус для читателя: многочисленные примеры «из жизни» и описание различных экспериментов помогут не только более успешно строить бизнес, но и лучше понимать своих близких. В этой всеобъемлющей книге можно найти даже совет, как правильно оценить свою готовность рожать без обезболивания!

Родди Маллин,  
Джулиан Камминс

\*\*\*\*\*

**«Стимулирование продаж.  
Распродажи, подарки, скидки,  
купоны и другие инструмен-  
ты повышения спроса»**

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»,  
Москва 2013

Главный недостаток этой книги, как это нередко случается, является продолжением ее достоинств. Авторы так подробно излагают «все моменты, которые необходимо учитывать специалистам по стимулированию продаж», что, пожалуй, сильно сужают ее целевую аудиторию именно за счет сфокусированности на нуждах сотрудников отдела маркетинга и продвижения. Но зато уж у этой категории читателей после прочтения книги не должно остаться вопросов без ответов. Правда, заявление, что нестандартное мышление и творческий подход есть продукт лишь постоянной практики, кажется немного сомнительным. Так и хочется сказать, что авторы недостаточно практиковались в выработке творческого подхода к написанию своей книги, поэтому и получился у них довольно сухой, хотя и весьма полезный учебник. Во всяком случае, вопросы для самоконтроля в каждой главе – явно лишние!