

Гл. ас. Снежина Кадиева
Доц. д-р Генка Рафаилова

Грижа

за клиента

2014

Издателство „Наука и икономика”
Икономически университет – Варна

Тази книга или части от нея не могат да бъдат размножавани, разпространявани по електронен път и копирани без писменото разрешение на издателя.

© Снежина Недялкова Кадиева, Генка Иванова Рафаилова,
автори, 2014

© Издателство “Наука и икономика”
Икономически университет – Варна, 2014

ISBN 978-954-21-0756-9

СЪДЪРЖАНИЕ

Въведение.....	9
----------------	---

Глава първа

Концепцията Грижа за клиента – същност, значение и предпоставки за възникване и приложение в сферата на услугите и туризма.....

13	
1.1. Въведение в концепцията Грижа за клиента.....	13
1.2. Грижа за клиента – същност и значение.....	15
1.3. Кой носи отговорност за грижата за клиента в организацията?.....	26
1.4. Какво е значението и ползата от концепцията Грижа за клиента?	26
1.5. Значението на въпроса: „Как обслужвате?“	28
1.6. Каква е разликата между доброто, стандартно обслужване и това чрез подхода Грижа за клиента?.....	29
1.7. Клиентът през призмата на концепцията Грижа за клиента.....	30
К а з у с 1. Чужденец, пътуващ с делова цел, отседнал в среден семеен хотел.....	34
Тестови въпроси.....	36

Глава втора

Маркетингов подход към концепцията Грижата за клиента специфични характеристики в сферата на услугите, свободното време и туризма.....

37	
2.1. Познания за потребители и клиенти.....	37
К а з у с 2. Дама, транзитно преминаваща, отседнала в градски хотел	44

2.2. Как да разпознаваме клиентите?.....	45
К а з у с 3. Особените клиенти	49
2.3. Поддържане удовлетворението на клиентите.....	50
К а з у с 4. Кой клиенти са с предимство.....	57
2.4. Проучване удовлетвореността на клиентите	58
К а з у с 5. Удовлетворени клиенти, но не напълно.....	64
2.5. Персонализираният подход на обслужване на клиента.....	66
К а з у с 6. Защо всеки клиент е ценен?.....	70
Тестови въпроси.....	72

Глава трета

Качеството на услугата – същност и роля на концепцията Грижа за клиента.....	73
К а з у с 7. Обслужването на бизнес гостите в хотел „Момина сълза”.....	91
Тестови въпроси.....	93

Глава четвърта

Принципи на концепцията Грижа за клиента.....	94
К а з у с 8. Необходимо ли е в световноизвестния музей на вощъчните фигури „Мадам Тюсо” да се прилага концепцията Грижа за клиента?.....	116
К а з у с 9. „Разочарованият клиент“.....	118
Тестови въпроси	119

Глава пета

Работа с оплаквания на клиентите.....	121
К а з у с 10. Оплакванията на клиентите в туристическа агенция „Релакстур”.....	133
Тестови въпроси.....	135

Глава шеста

Мениджмънт и Грижа за клиента в организацията	136
6.1. Вътрешен маркетинг и грижата за клиента.....	136
6.2. Хармонизиране на гледните точки на клиенти, персонал, мениджъри, собственици на бизнеса (хотела).....	138
6.3. Фирмена култура.....	143
6.4. Грижа за клиента в кризисни, необичайни ситуации и при настъпване на неочаквани събития.....	148
К а з у с 11. Непокойна нощ и „гарантираното“ обслужване.....	151
Тестови въпроси	152

Глава седма

Съвременни аспекти на концепцията Грижа за клиента в сферата на услугите и туризма	154
7.1. Маркетинг на взаимовръзките.....	154
7.2. Новото измерение на маркетинга на взаимовръзките	158
Тестови въпроси	161
Използвана литература.....	163