



ЛУЧШЕ, КОНЕЧНО, НЕ БОЛЕТЬ. А УЖ ЕСЛИ БОЛЕТЬ, ТО В АМЕРИКАНСКОЙ КЛИНИКЕ МЭЙО. ЭТО ОДИН ИЗ САМЫХ ИЗВЕСТНЫХ БРЭНДОВ В СФЕРЕ УСЛУГ. ЖАЛЬ, ЧТО В РОССИИ ТАКОГО СЕРВИСА ПОКА НЕТ.

СЕРВИС ПО НУЖДЕ

Леонард Берри, Кент Селтман
«КЛИНИКА МЭЙО. МЕНЕДЖМЕНТ
И СЕРВИС МИРОВОГО УРОВНЯ»

М.: Эксмо, 2010

Речь идет о клинике Мэйо, которая была создана более ста лет назад. Здесь работают 42 тыс. сотрудников. Рабочий день начинается в пять утра. В 2007 году прибыль компании составила \$622 млн.

Медицина — бизнес особенный. Клиент, вернее пациент, обращается за услугой по необходимости. Это, как отмечают авторы, скорее сервис нужды, чем желания. Больной обычно находится в состоянии стресса. К тому же он вынужден открывать конфиденциальную информацию врачу, которого видит впервые. А главное, услуга должна быть надежной и своевременной, иное связано

с риском для жизни. Профессор Mays Business School Texas A&M University, признанный эксперт в области маркетинга услуг **Леонард Берри**, а также **Кент Селтман**, бывший директор по маркетингу клиники Мэйо, попытались выяснить, каким образом заведение из Рочестера, штат Миннесота, стало синонимом качества обслуживания. Рецепт на самом деле прост: ставить превыше всего интересы пациентов. Помогают в этом системный принцип оказания услуг, командный подход к принятию решений, а также подбор талантливых специалистов. О том, как эти принципы реально воплощаются на практике, было бы полезно почитать не только медикам, но и руководителям из других сфер бизнеса.

Найл Фергюсон
«ВОСХОЖДЕНИЕ ДЕНЕГ»

М.: Астрель, Corpus, 2010

Качественная историко-финансовая попка. Автор — британский историк, профессор Гарварда, создатель теле- и книжных бестселлеров. Как и каждого популярного автора, его обвиняют в пренебрежении к профессиональному подходу — мол, с архивами перестал работать лет десять назад. Но и накопленных им знаний с лихвой хватит на увлекательное чтение для неисторика.



Клара Ших
«ЭРА FACEBOOK. КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ
ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ
ДЛЯ РАЗВИТИЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА»

М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010

Клара Ших, автор одного из первых маркетинговых приложений, использовавших данные членов сообщества Facebook, рассказывает об использовании социальных сетей для бизнеса. Предназначена для менеджеров, которые хотят понять, что такое социальная сеть и как функционирует Facebook. На фоне всплеска его популярности в России чтение может быть полезным, но вряд ли вооружит перенем методов работы.



Стивен Левитт, Стивен Дабнер
«СУПЕРФРИКОНОМИКА»

М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010

С первых страниц на читателя обрушивается поток забавной информации: описание того, какой кошмар творился на улицах Нью-Йорка в доавтомобильную эру, как изменились семейные отношения индусок от просмотра западных сериалов и почему за 100 лет резко подешевели услуги проституток в Чикаго. Извлечь из всего этого какую-либо пользу решительно невозможно, но заскучать вряд ли удастся.



ЧТО ЧИТАЕТЕ?

МАСААКИ ИМАИ
«ГЕМБА КАЙДЗЭН»

МЫ ПО ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА СИЛЬНО ОТСТАЕМ ОТ ЗАПАДА. К ВОПРОСАМ СНИЖЕНИЯ ИЗДЕРЖЕК ПОДКЛЮЧАЮТСЯ ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ. ИНФОРМАЦИЮ МОЖНО ЧЕРПАТЬ ТОЛЬКО ИЗ КНИГ, В ТОМ ЧИСЛЕ ИЗ ЭТОЙ.



АЛЕКСАНДР ДУБОВЕНКО,
СОВЛАДЕЛЕЦ И ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ
ПРОИЗВОДСТВЕННО-СТРОИТЕЛЬНОЙ
КОМПАНИИ «Гуд Вуд»

ПЯТЬ ДЕЛОВЫХ БЕСТСЕЛЛЕРОВ

Леннарт Дальгрэн
Вопреки абсурду.
Как я покорила Россию,
а она — меня
Альпина бизнес букс,
Юнайтед пресс, 2010

Стивен Левитт,
Стивен Дабнер
Суперфрикономика
Манн, Иванов и Фербер, 2010

Стивен Кови
7 навыков
высокоэффективных людей
Альпина бизнес букс, 2009

Елена Самсонова
Если покупатель говорит «нет»
Питер, 2010

Николай Стариков
Спасение доллара — война
Питер, 2010

