

<<服务其实很简单>>

图书基本信息

书名：<<服务其实很简单>>

13位ISBN编号：9787111178477

10位ISBN编号：7111178475

出版时间：2006-1

出版时间：机械工业

作者：刘建军

页数：215

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<服务其实很简单>>

内容概要

纵观世界顶尖企业的发展历程和经营策略，像沃尔玛、麦当劳、IBM、联邦快递、星巴克、迪士尼、花旗银行等，这些公司无一例外，服务始终是它们参与市场竞争的一个秘密武器，甚至成为它们的核心竞争能力。

本书所述之原则与方法，在这些企业得到了卓越的应用！

本书突破枯燥的理论与教条，娓娓道来趣味横生而又发人深省的服务故事，36个服务技巧，个个有用，用不失效！

本书适合各行业服务部门、营销部门的主管及每一位从事服务工作的人员阅读。

如果说顾客是企业的生命，服务则是维持这种生命的血液。

然而，让很多企业头痛的一个问题是：尽管打出了“顾客永远是对的”、“一切让顾客满意”等服务理念，但执行起来往往会“走样”，服务理念变成空洞的口号。

本书通过大量知名企业的经典案例结合作者亲身体验，用通俗的语言加以点评和总结，并且提出了相应的服务技巧指导。

通过这些趣味横生而又发人深省的服务案例，让您不知不觉中领悟服务的真谛。

助您赢得顾客的购买和忠诚，有效地提升企业经营绩效。

本书适合各行业服务部门、营销部门的主管及每一位从事服务工作的人员阅读。

<<服务其实很简单>>

作者简介

刘建军，复旦大学经济学专业，顾客营销理念创立者，广东省科技人才服务中心教育事业专家组成员，余明阳专家团核心成员，中国管理传播网、中国咨询频道、全球品牌网等十余家大型管理网站和经济杂志专栏作者，刘建军服务竞争力研究工作室负责人。

曾在《证券时报》社怀远广告、深圳市茂业商厦有限公司、邦赛鞋业等知名企业担任高级职务，历任高级培训经理、营销总监和常务副总经理等职。

曾为深圳市卷烟厂、安莉芳集团、亿钻珠宝公司、深圳市柏菱汽车修理公司、浙江邦赛鞋业、江苏凯莱木业有限公司、深圳市美都连锁机构、常州市广成新型塑料有限公司等十余家企业提供过品牌、营销咨询和培训工作。

著有《顾客营销》、《服务为王》、《金牌服务管理》、《服务其实很简单》、《职场人士必读的88则寓言》等多部专著。

刘建军服务竞争力研究工作室以服务竞争力及顾客营销整合作为研究方向，通过企业培训及项目咨询的方式为广大客户提供服务。

<<服务其实很简单>>

书籍目录

最后的竞争(代序) / 第直章 服务理念是啥玩意 / 11.1 “这银行”(THE BANK)——以顾客为中心 / 31.2 是我将花瓶放错了地方——顾客永远是对的 / 71.3 35次紧急电话——站在顾客的立场考虑问题 / 121.4 阿斯利康主动召回缺陷产品——永远对消费者负责 / 171.5 舍大取小——培养顾客比赚钱更重要 / 221.6 最巧妙的安排——善待每一位顾客 / 271.7 脱“上帝”的衣服——尊重顾客是起码的要求 / 321.8 世界首富为什么这么“小气”——别让文化成了装饰 / 37

第2章 优质服务其实很简单 / 432.1 懒得麻烦——对待顾客要热情周到 / 452.2 比5100万美元更值钱的东西——一笑值千金 / 512.3 一束鲜花成交的生意——真诚地关心顾客 / 582.4 58万次跑步开门——无规矩不成方圆 / 632.5 规范与灵活的悖论——要规范更要灵活 / 692.6 无法弥补的损失——为顾客节约时间 / 742.7 为一位顾客飞行——不折不扣地履行承诺 / 762.8 令人“伤心”的购买经历——信任源于可靠的品质 / 83

第3章 就这样和顾客打交道 / 893.1 世界上最甜美的声音——记住顾客的名字 / 913.2 谁不喜欢戴“高帽”——真诚地赞美顾客 / 953.3 不要揭穿顾客的“谎言”——给顾客面子 / 1003.4 煮熟的鸭子飞了——倾听顾客的声音 / 1053.5 悲情菜单——用你的感情和顾客说话 / 1093.6 王永庆卖米——建立顾客档案 / 1153.7 天堂之路是用“感恩”铺成的——感谢你的顾客 / 1203.8 “超人”不用搭飞机——来一点幽默 / 124

第4章 千万不要忽视这样的细节 / 1314.1 我们还不卖给你呢——注意你的言行举止 / 1334.2 青豆的“学问”——卖产品还要卖知识 / 1404.3 今天为什么这样倒霉——控制不良情绪 / 1424.4 竞争不是打倒对手——不要贬低竞争对手 / 1474.5 离谱的“时价”——明码标价,不要胡来 / 1524.6 被“便宜”累垮的身体——不要随便降价 / 1604.7 革厕所的命——改造环境从小事做起 / 165

第5章 关键中的关键 / 1715.1 牧师错在哪里——满足顾客的需求 / 1735.2 和尚为什么买梳子——为顾客创造价值 / 1855.3 这样卖地图——比顾客预想的多做一点点 / 1915.4 录像间投诉——真诚地欢迎顾客投诉 / 1955.5 难忘的宴会——让顾客转怒为喜 / 202

<<服务其实很简单>>

章节摘录

中午时间也可以吃早餐 记得有一次，我和家人出外旅行，由于头天去登山，回到宾馆已经疲惫不堪，第二天一觉醒来已是中午了。

其他客人都在用午餐。

我尝试着给服务总台打电话说，还有没有早餐吃。

你知道吗，我们的早餐券可要三十几元一位呢，不吃不是浪费了吗，况且我们当时并没有食欲，只是想吃点稀饭什么的。

当然，我已经做好了最坏的打算，服务小姐八成会回答说“现在是什么时候？”

早餐在上午十时就结束了。

“但出乎意料的是，服务小姐十分客气地问我：“现在已经到吃午餐的时间了，您为什么想吃早餐呢？”

“我于是如此这般地解释了一番。

她当即表示十分理解，并且告诉我说，按酒店规定，早餐在十点之后厨房便会处理完毕。

这时候要想吃早餐，要特意去做。

听到这里，我虽然有些失望，但转念一想这也是情理之中的事，于是告诉服务小姐说：“那就算了，我们随便喝点牛奶什么的吧。”

“那怎么行？”

不吃东西会坏身体的，这样吧，您等几分钟，我请示一下我们经理，看看能不能为您做两份早点。

“于是，五分钟后，房间的电话响了。

她告诉我说，厨房答应为我们做两份早餐，不过我们的用餐地点要改在小餐厅，以免其他客人的误会和让我们感到尴尬……这件事情让我想起了麦当劳为了方便顾客推出的一项十分经典的“通话器”服务措施。

麦当劳一直以来都以“快捷”和“方便”著称。

在美国的高速公路两旁有很多的麦当劳分店，为了减少顾客排队等候，麦当劳在离店铺不远(约10多米远)的地方，装上许多通话器，并且在醒目的位置标明了食品名称和价格，顾客经过时，只需打开车窗门，向通话器报上所需食品，当汽车开到店侧小窗口时就能一手交钱，一手交货，并且可以马上驱车上路。

服务做到这个份上，难怪麦当劳称霸全球！

随时随地为顾客着想，给顾客提供最大的方便——这就是以顾客为中心的精髓。

P6-P7

<<服务其实很简单>>

媒体关注与评论

再次光临的顾客可以为公司带来25%—85%的利润，而吸引他们再次光临的因素中，首先是服务质量的好坏，其次是产品本身的品质，最后才是价格。

——《哈佛商业杂志》 为全球的顾客提供顶级服务，这不是一句偶尔拿出来喊一喊的简单口号，也不仅仅是接受象征性膜拜的古老传统——这，是我们的使命！

我们必须在全世界执行得尽善尽美。

完美或几近完美，是我们美国运通客户服务唯一的标准。

——美国运通公司执行总裁郭士纳 即使是借债度日，也要坚持“对客人微笑”。

我们万万不可把心中愁云摆在脸上，无论遭受何种困难，“希尔顿”服务员脸上的微笑永远属于旅客。

——希尔顿酒店创始人希尔顿 一切企业、一切市场竞争之中，竞争到最后就只剩下服务了。服务是永远可以竞争下去的东西。

——山东亚光纺织集团董事长王延平 对于任何一个企业来说，服务绝不是一种可有可无的简单策略，而应该将它上升到一种战略的层面，这样才能保证服务理念的真正执行，继而形成一种真正的服务文化。

但对于普通员工来说，我们要解决的问题不是要求他们对这种战略的深刻理解，我们应该让他明白“为什么要做好服务”以及“怎样为顾客提供服务”——这本书将为您解决这两个问题。

——刘建军服务竞争力研究工作室刘建军

<<服务其实很简单>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>