

<<完美服务必修课>>

图书基本信息

书名：<<完美服务必修课>>

13位ISBN编号：9787111243960

10位ISBN编号：711124396X

出版时间：2008-6

出版时间：机械工业出版社

作者：闫贺尊

页数：191

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>

<<完美服务必修课>>

内容概要

本书揭示了导致零售终端顾客流失的一个最重要的因素——员工服务素质。

员工的服务素质决定了顾客满意率和顾客满意度这两个最重要的竞争力指标，而服务素质的欠缺恰恰制约了中国零售业“做强”。

本书的核心价值是提供了一套科学完整的顾客接待服务流程，不仅对每个流程环节中常见的错误行为进行了分析指正，同时还讲述了待客与沟通的正确做法。

本书不仅可作为各类零售企业一线员工的在职培训手册，也可作为每个重视顾客服务的经营管理者的学习参考书。

<<完美服务必修课>>

作者简介

闫贺尊中国本土实力派营销专家，长期致力于对中国零售问题的调查研究，取得了一系列重要成果。为了开发出能够有效提高零售从业人员综合服务素质的培训教材，花费了多年心血，终于写就了本书。

他不仅是一位有科学精神的学者，更是一位具有务实品格的企业顾问，他所

<<完美服务必修课>>

书籍目录

前言第1章 领悟服务的真谛 1.1 服务究竟是什么 1.2 每个人都是服务的客体 1.3 每个人都是服务的主体 1.4 每个人都在从事服务性工作 1.5 每个人都需要更高品质的服务 1.6 高品质服务的特征 1.7 高品质服务的好处 1.8 为何高品质服务如此稀缺 1.9 主动服务与被动服务第2章 高品质服务需要高素质人才 2.1 服务素质及其构成要素 2.2 服务意识 2.2.1 服务意识测评 2.2.2 服务意识训练方法 阅读资料 突破服务心障 2.3 服务态度 2.3.1 什么是态度 2.3.2 什么是服务态度 2.3.3 何为正确的服务态度 2.4 服务形象 2.4.1 形象有何价值 2.4.2 服装服饰：统一最好 2.4.3 梳妆打扮：整洁最好 2.4.4 面部表情：高兴最好 2.4.5 举手投足：得体最好 2.4.6 语气语调：温暖最好 2.5 服务知识 2.5.1 商品知识 2.5.2 顾客知识 阅读资料认识顾客 2.5.3 服务文化知识 2.6 服务技能 2.6.1 什么是沟通 2.6.2 什么是有效沟通 2.6.3 六种沟通工具（LALASA）第3章 服务沟通技能分解训练 3.1 迎候 3.2 招呼 3.3 接触 3.4 侦测 3.5 推介 3.6 谈价 3.7 成交 3.8 送行 3.9 追访 3.10 退换货 3.11 投诉第4章 优质服务文化范例 4.1 全球零售巨头沃尔玛：保证满意 4.2 欧洲零售冠军家乐福的服务文化 4.3 美国头号客户服务公司：诺德斯特姆 4.4 “经营之神”的服务文化 4.5 伊藤洋华堂：与顾客赛跑 4.6 宜家家居的服务文化 4.7 欧倍德的服务文化 4.8 欧尚的服务文化 4.9 百安居的服务文化 4.10 苏宁电器的阳光服务 4.11 国美电器的蓝色服务 4.12 南京新百的优质服务满意工程 4.13 大张量贩的服务文化 4.14 广州百货的服务承诺 4.15 新光天地：贴心周到的购物服务 4.16 君太百货的服务文化后记参考文献

<<完美服务必修课>>

章节摘录

1.1?服务究竟是什么 明白什么叫做服务，是做好服务工作的第一步。

只有对服务有了正确的理解和认识，方能建立正确的服务意识。

提到“服务”二字，几乎人人都不陌生。

有人说，服务就是帮忙；也有人说，服务就是尊重；还有人说，服务就是关怀，服务就是仁义... 这都对，但是都不够准确和完整。

那么究竟什么叫做服务呢？

一切满足别人需要的行为，都叫做服务。

如营业员笑脸相迎，满足了顾客对快乐的需要。

把电冰箱卖给顾客，满足了顾客在家中保鲜食物的需要。

商场安装电梯，满足了顾客省力的需要等。

微笑的行为，销售冰箱的行为以及商场安装和管理电梯运行的行为，都是一种服务行为。

这与以往惯常使用的服务定义有很大不同。

以往的服务定义大都从服务的属性出发，认为它是一种同时具有差异性、无形性、不可分离性和不可储存性的东西等，而且语言晦涩、语义难懂，不便于普通人学习和应用。

服务营销学者斯坦通指出：“服务是一种特殊的无形活动。

它向客户或工业用户提供所需的满足感，它与其他产品销售和其他服务并无必然联系。

” 1960年，美国市场营销协会给服务下的定义是：“用于出售或者是同产品连在一起提供满足的不可感知的活动。

” 该机构之后又作出新的定义：“可被区分界定，主要为不可感知，却可使欲望得到满足的活动，而这种活动并不需要与其他产品或服务的出售联系在一起。

生产服务时可能会或不会需要利用实物，而且即使需要借助某些实物协助生产服务，这些实物的所有权也不涉及转移的问题。

” 从这些对服务的定义可以看出，服务并不高深莫测，相反，服务别人和被别人服务普遍存在于我们每个人的日常生活之中。

在我们的人际交往过程中，除了极端的矛盾、斗争关系之外，大部分情况下都呈现出服务和被服务的相互服务与相互合作关系。

思考题：假如你和一位陌生人分别被风浪吹到一座孤岛，短期内将无法从此处逃生，你希望与这位陌生人建立什么样的关系？

1.2?每个人都是服务的客体 按照马克思的观点，需要是人的本能。

人既有客观需要，也有主观需要。

客观需要是人的动物性的需要，如对食物、空气、水、性等生理和安全的需要，主观需要是人的社会性所表现出来的需要，如爱与尊重等。

既然需要是人的本能，除却能够自我满足的部分需要之外，其他需要的满足都离不开别人的服务，因此每个人都是服务的客体。

为了说明人是需要的客体，我们首先来学习一下人的需要理论，从这套理论中，你会发现，离开了他人的配合和社会服务，你的许多需要都无法被满足。

按照美国心理学家马斯洛的人的需要层次理论，人的需要按照从低到高的顺序被划分为五个层次。

我们把马斯洛的五个层次解译为以下五种需要。

1. 最基础的是生理需要 当人处于生死存亡边缘的时候，生理需要是他们的第一需要。

如处于战乱和饥荒年代的人们，逃亡、投降、逃荒等行为，都是出于最基本的生存需要。

能继续活下去的信念，是他们的最大动力。

处于生存需要阶段的人们会表现得较为自我和自私，这是正常的。

正常情况下，生理需要主要包括对食物、水、空气和性的需要。

在当今社会，这些生理需要的满足，基本上离不开别人的提供。

<<完美服务必修课>>

即使是不用花钱的空气，如果遭受污染，仅靠个人的力量也无能为力。

也许有人会说，只要有钱，什么需要都能得到满足。

其实不然，即使你很有钱，假如别人不卖给你东西或没有东西卖给你，你仍然难以满足自己的需要。

2. 其次是安全的需要 安全的需要是对现有生存状态的一种保护的需要。

对处于温饱、小康、富裕阶段的人们来说，确保身体和财产的安全，是他们普遍的需要。

如对于刚刚解决温饱问题的农民来说，稳定土地承包制是他们的最大愿望；对于小康和富裕阶段的人们来说，保护他们的合法收益和私人财产权不受侵犯是他们的最大愿望。

如果没有来自他人和社会的保护，你的安全需要也很难得到充分满足。

试想，如果离开了政府提供的安全保障，你的人身和财产能安全吗？

3. 第三个层次是爱的需要 当自我生存和安全都不存在问题的時候，渴望组建属于自己的家庭，并令全家人幸福，成为人们的普遍需要。

由于家庭是组成社会的基础单元，所以，这也是一种基本的社会需要。

满足爱的需要，过上幸福的家庭生活，显然离不开配偶的配合。

对于那些不会自己谈恋爱的人们来说，离开别人的介绍，这件事就会变得很困难。

如果没有法律对你婚姻家庭关系的保护，你的家庭也会充满风险。

4. 第四个层次是获得别人尊重的需要 当人们已经有了生存、安全、爱等方面的满足感时，便会产生对获得别人尊重的需要。

能够受到别人的尊重，足以证明自己有了良好的家庭和社会地位。

为了获得别人的尊重，人们会主动承担起家庭责任和社会责任，帮助家人和社会上更多的人获得生存、安全、幸福上的满足。

如果别人不尊重你，你的这种需要就很难获得满足。

5. 第五个层次是自我实现的需要 每个人都有完全属于自己的特殊的兴趣和理想，只是当他不具备实现条件的時候，表现得不太明显而已。

只有当一个人已经成功地履行好自己的家庭和社会责任时，才开始回过头来考虑自己的兴趣和理想。

如有的人在退休之后会周游世界，有的人选择去从事一些公益活动等。

即使是自我价值实现的需要，如果没有别人和社会的配合与帮助，也很难得以实现。

由此可见，人的需要的满足离不开他人和社会的服务，每个人都是服务的客体。

马斯洛的这一理论被广为引用，足以证明该理论的实践价值。

为了便于大家理解和记忆，我们也可以把马斯洛所描述的五个层次的需要合并概括为三个层次：

1. 自我生存需要 这是人生的第一个阶段，也可以称之为成长的需要。

比如，上学和工作都是为了解决自己的生存问题。

2. 家庭和社会需要 这是人生的第二个阶段，也可以称之为成家立业需要。

当第一阶段的需要被满足之后，才会有第二个层次的需要。

比如，工作、社交、谈恋爱、结婚和生育等。

3. 自我享受需要 这是人生的第三个阶段，也可以称之为自我实现需要。

它通常发生在前两个层次的需要被满足之后。

对一般人来说，大都是到退休之后才会进入这一需要阶段。

在这一阶段，人可以主要为了自己的兴趣和爱好而活着，尽享人生带来的乐趣。

对某些人来说，可能不必等到退休便可以提前进入这一阶段。

正是这三种需要，贯穿了我们每个人的一生。

这三种需要都能得到满足的人，就该算是幸福的人了。

马斯洛关于人的需要理论，为我们揭示了人的需要规律，使得我们更加明确了需要是人的本能，人的需要具有丰富的内容，既有个人生存方面的需要，也有被社会认可和尊重的需要，还有个人价值实现的需要。

但对不同的人而言，由于所处的客观环境和自己的主观目标不同，在这三种需要上所表现出来的标准也不一样。

如有的人认为只要能吃饱饭，便解决了生存问题，而有的人却认为，拥有一套属于自己的房子和

<<完美服务必修课>>

一份稳定的工作才算解决了生存问题。

有的人认为只有考上清华或北大才算满意，否则就不上大学，而有的人则认为只要能上大学就可以，即使是民办大学也无所谓。

有的人找配偶要求长相出众，而有的人则要求是个异性即可。

有的人买房要求地理位置一定要靠近繁华闹市，而有的人则喜欢享受偏僻所带来的那份宁静。

有的人买车喜欢省油的，有的人则喜欢跑得快的。

有的人喜欢颜色保守的衣服，而有的人则偏爱鲜艳的衣服等。

由于人与人之间在需要标准上所表现出来的差异性，这就要求我们要想满足大多数顾客的需要，必须针对其需要的差异性，为他们量身定做个性化的服务。

一些人认为这不可能做到，因为顾客的需要千差万别，而我们的能力是有限的。

务实地讲，没有哪家企业能够完全满足顾客千差万别的需要。

但是，如果因此就不付出努力去尽量满足更多顾客的需要，则是一种消极的思维方式。

事实上，尽管我们无法完全满足每位顾客的不同需要，但是只要我们比竞争对手满足的程度高出哪怕是一点点，便可以获得有明显差别的竞争优势，这就是服务的效果放大效应。

思考题：假如无人为你提供任何服务，一切都靠你自己，情况怎样？

1.3?每个人都是服务的主体 从上一节内容我们已经知道，每个人都有需要，而且每个人的需要标准还不同，每个人都离不开别人和社会所提供的服务，每个人都是服务的客体，也就是被服务者。

既然每个人都是被服务者，那么，每个人所得到的服务该由谁来提供呢？

如果每个人都只是被服务者，究竟谁才是服务提供者？

这个问题为我们揭示了服务的本质，只有当每个人都成为服务的主体，也就是服务提供者时，每个人才有可能同时成为被服务者。

人是服务主体和客体的统一，是我们对服务本质的基本认识。

从一定意义上说，人类社会的进步，主要体现在对每个社会成员各层次需要的满足程度上。

也就是说，如果我们的大部分需要都能从社会提供的服务中满足，说明我们所处的社会文明程度较高。

反之，如果我们的大部分需要都要靠自己的劳动来满足，则说明我们所处的社会文明程度还很低。

然而，社会是由你、我和他（她）共同构成的，你只有将自己投身其中，主动参与到火热的社会活动中，成为这个社会的一分子，在贡献自己对别人服务价值的同时，才能享受到别人为你提供的服务。

如果你不是这样，而是离群索居、自我封闭，或者自私自利，游离于家庭和社会之外，不为别人服务，那么，你就难以享受到来自他人的服务。

一滴水暴晒在阳光下，很快就会干涸，但把它融入大海之后，便会获得永恒的生命，因为它把自己融入到其他水滴之中。

只有当整个社会的大多数人都能为别人提供优秀的服务时，我们生活的这个社会才能为我们每个人提供同样优秀的服务。

只有当我们自己能很好地满足别人的需要时，别人才能够满足我们自己的各种需要。

这是任何一个文明社会都普遍适用的基本法则。

从人的需要层次来看，随着技术进步和劳动生产率的提高，社会条件已经满足了人们生存和安全的需要，人们的需要更多地体现在了需要的更高层次上，如家庭幸福感、被人尊重感、自我实现感等精神层面的东西。

这就为我们广大社会服务者提出了新的、更高级的要求，我们不仅要用质优价廉的商品满足顾客的基本生存需要，更要用我们的爱心、诚心、关心来满足顾客的精神需要。

为了满足别人的需要，你既可以用自己的体力来为别人服务，如演示、包装、搬运和调试等；也可以用自己的脑力来为别人服务，如回答咨询、提供建议等；还可以用自己的情力来为别人提供服务，如同情、安慰、关心、尊重、鼓励和赞美等；甚至可以用自己的财力为别人提供服务，如赠送、借给、出租和退换货等。

<<完美服务必修课>>

事实上，我们每天都在用自己的体力、智力、情力、财力满足别人的需要，都在为别人提供服务，而差别只在于付出的多少而已。

服务质量低下，意味着你付出的少。

付出的少，有可能是你本身拥有的少，也有可能是你不愿意付出。

如果是由于你本身拥有的少，这绝对不是借口。

因为在我们的服务力公式中，服务力取决于各项分力之和。

即使其中一项分力较少，但可以通过提高其他分力来弥补。

例如：你的体力不是强项，但可以更多地发挥你的脑力、情力和财力；你的财力不强，可以更多地发挥你的体力、脑力和情力；如果你的体力和财力都不强，则可以更多地发挥你的脑力和情力。

而事实上，在现代服务工作中，对脑力和情力的要求远大于对体力和财力的要求。

因此，我们如能着重提高自己的脑力和情力，便能很好地满足顾客的高级需要。

思考题：假如你拒绝为所有人提供服务，结果如何？

<<完美服务必修课>>

编辑推荐

本书用于一线服务人员培训的绝佳教程，精彩纷呈的零售服务培训图文读本。

广告有用吗？

有用。

打折有用吗？

有用。

到底什么最有用？

——完美服务。

学习沟通技巧，提高服务技能，想顾客之所想，进而为顾客提供高满意度的服务，已经是服务人员刻不容缓之事。

你是刚刚开始创业开店的梦想家吗？

读完这本书，你已经成功了一半，因为你掌握了开店创业最基本的制胜之道。

你是一名终端零售服务人员吗？

读完这本书，你已经完成了职业技能的全面提升培训，因为你学会了用服务来赢得顾客，也找到了职业快乐的通道。

你是一名零售业管理者吗？

读完这本书，你必将成更出色的团队领导，因为你会践行完美服务，并影响你的员工，你的管理工作会更加出色。

你是一名培训师吗？

读完这本书，你的培训思路会更加开阔，因为这本书帮你找到了零售服务培训的秘匙

<<完美服务必修课>>

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>