

<<别把你的顾客丢了>>

图书基本信息

书名：<<别把你的顾客丢了>>

13位ISBN编号：9787300072098

10位ISBN编号：7300072097

出版时间：2006-3

出版时间：中国人民大学出版社

作者：（美）布兰佳,巴拉德,芬奇

页数：196

译者：张桦

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>

## <<别把你的顾客丢了>>

### 内容概要

《别把你的顾客丢了》中，作者描述了客户服务的诀窍——创造以员工为本、以业绩为导向、以顾客为先的企业，解释了为何重视顾客是建立任何成功企业的起点。通过从世界最大的餐厅企业Yum!(肯德基、必胜客和艾德熊餐厅的母公司)中汲取的成功经验，任何企业(无论大小)都可以发展起独特的、以员工和客户为本的文化。要建立一个企业，顾客是它的基石。对于任何服务或销售部门的经理和员工来说，客户服务都是最迫切需要解决的问题，对于零售行业就更是如此。

## <<别把你的顾客丢了>>

### 作者简介

肯·布兰佳（Ken Blanchard），成功企业家，著名管理大师。他创作了多部世界超级畅销书，包括《一分钟经理人》、《顾客也疯狂》、《共好》、《鲸鱼哲学》等，总销量逾1500万册，以25种语言出版。布兰佳还是“Faithwalk领导力中心”的创始人之一。

## <<别把你的顾客丢了>>

### 书籍目录

第一部分 从头再来第1章 Yum !

认识一分钟经理引子从头再来常识战略承认：一种普遍需要获得帮助本书的结构理想改变的蓝图第2章 Yum !

品牌简史5个不同的品牌“顾客狂”哲学的诞生业务剥离起名Yum !

第二部分 以正确方式建立以顾客为中心的公司的四个步骤第3章 第一步：瞄准正确的目标布兰佳的梦想(一)Yum !

的现实：高瞻远瞩第4章 第二步：以正确的方式对待顾客布兰佳的梦想(二)Yum !

的现实：创造“顾客狂”倾听顾客第5章 第三步：以正确的方式对待员工布兰佳的梦想(三)布兰佳的梦想(四)Yum !

的现实：招聘与雇用布兰佳的梦想(五)Yum !

的现实：培训和培养布兰佳的梦想(六)Yum !

的现实：业绩指导布兰佳的梦想(七)Yum !

的现实：通过正确的系统和程序让员工们努力工作布兰佳的梦想(八)Yum !

的现实：创建承认的文化布兰佳的梦想(九)Yum !

的现实：职业规划第6章 第四步：以正确的方式领导布兰佳的梦想(十)Yum !

的现实：领导力第三部分 其余步骤第7章 跨越障碍 解码“顾客狂”行动一：激发热情、创造使命感行动二：全球一体行动行动三：执行、执行、再执行第8章 是Yum !

还是沉寂，由你选择Yum !

之门的愿景Yum !

之门与沉寂之门的区别致谢布兰佳公司服务介绍

## &lt;&lt;别把你的顾客丢了&gt;&gt;

## 章节摘录

重振必胜客 1996年中期，百事公司决定把大卫·诺瓦克从肯德基调到必胜客去当总裁，但他拒绝了——刚到肯德基时，大卫就告诉他的员工和经销商们他在这儿不是干一两天就走。正因为相信他不是把肯德基作为跳板，大家才对他的诚意产生了信任。最后，百事公司经过考虑，决定让他兼任两家人的总裁。

当时的必胜客和其他许多公司一样，存在着一个大问题，那就是：不能或不跳开一步看一看自己的真实情况。

而大卫喜欢告诉人们“残酷的现实”。

也就是那些人人都应该看到、却拒绝看到的东西。

我经常发现这样的情况：当一家公司出现的问题被拿到桌面上来讨论。

高层经理们会说：“哦，是啊，没错。

伙计，你说得对！”

就在他们哼哼哈哈的同时，前线战壕里的人已经跑了个精光。

1996年10月，在达拉斯召开的一次会议成为了公司的转折点，所有总监以上级别的管理人员都被召集在一起，包括店里的一线管理人员。

必胜客的首席运营官杰里·巴斯(Jerry Buss)还能清楚地回忆起那次会议，“我记得我坐在听众席里，”布斯说道，“我们中的许多人听到大卫所说的那些真实情况后，都深深地被震动了。以前我们也并不是不知道，只是拒绝承认。

大卫的演讲总结起来只有一句话：‘现在的情况就是这样’。

他的话使我们突然意识到，我们竟然是在不知不觉中毁掉了企业。

最大的震动是我们的业绩在缩水，在一步步输给竞争对手后，我们停止了餐厅资产的投资，在顾客眼中我们的排名也越来越靠后。

大卫当时是这么说的：‘我们曾经有过那么高的销售额，但现在，这个数字在逐年减少。

’记得他说这番话时，我看到周围人全呆坐在那儿，脸色都是苍白的，我相信我自己的脸色一定也一样。

大卫的战术是，先狠狠打击一下大家，再把士气鼓动起来。

他向大家提出——你们是领导者，我现在需要你们告诉我真实发生的事情，以及该怎么做。

他把大家分成若干个小组，花了一整天时间让所有人充分地进行讨论。

“房间里立时充满了活力。

”巴斯回忆道，“我们说啊说，把讨论的一切结果画成图表，然后每个组来演讲。

大家纷纷说出真实的情况。

我们这桌有一个负责营销的小伙子情绪激动地告诉大家，他早就发现大约有70%的业务量是来自电话订餐，但公司却没有做任何事来提高送餐服务的能力和质量。

一听这话，大家都从椅子上跳起来喊‘没错！’

然后别的人又接着说下去，大家又跟着喊。

就这样，每个人都感到士气又一点点涨了起来。

最后，我们对自己说，也许我们自己就能找到解决问题的方法。

”那次会议的作用是扫除了整个公司的沉闷状态。

给了公司一个新的开始。

会开得很是时候，天才的领导者大卫通过这样一个手段振奋了士气。

使人们团结在共同的愿景之下。

大卫想要告诉大家的是：“我们正在经历一场战争、一场奋斗。

我们必须把目前的糟糕状况扭转过来，而且我们能够做到。

”必胜客开始改变自己的竞争力和服务质量，在不到一年的时间里，公司的业绩就出现了根本的好转。

P17-P19

<<别把你的顾客丢了>>

## <<别把你的顾客丢了>>

### 媒体关注与评论

如果你不关照你的顾客，自然会有人关照。 “你是否在寻找一些特别的帮助，提出明智的原则，帮助你激励员工真正做到以顾客为中心？如果是这样，就读一读这本出色的著作吧，也把它推荐给别人，与他人分享你的心得，然后做出计划并执行。

你一定会看到成果的！

”——史蒂芬·柯维博士(Dr.Stephen R.Covey) 《高效能人士的七个习惯》(The 7 Habits of Highly Effective People)作者 “肯·布兰佳再次重拳出击！

在这本书中，他向我们揭示了出色的洞察力只有通过对其榜样的深入研究才能得到。

通过向我们描绘Yum!在向以顾客为中心的企业转变时所付出的努力(既有一些坎坷，也有大量成功的实例)，布兰佳和其他两位合著者向我们展示了一张任何企业都可以使用的路线图，告诉你如何激励员工并最终赢得顾客的心。

”——马库斯·白金汉(Marcus Buckingham) 《首先，打破一切常规》(First, Break All the Rules)合著者 “任何一个员工都必读此书！

这本书简明有力，集可实施性、说服力和极大可读性于一体。

平时我会随身携带一本在身边，当我享受到令我喜出望外的服务时，我会将此书作为礼品赠送。

”——帕特里克·M·兰西奥尼(Patrick M.Lencioni) 《团队合作的五大功能障碍》(The Five Dysfunctions of a Team)作者

## <<别把你的顾客丢了>>

### 编辑推荐

《别把你的顾客丢了》强调了四个关键步骤： 瞄准正确的目标 ——重视顾客和为员工创造激励型的环境是业绩增长的基础。

以正确的方式对待顾客 ——设想好顾客在与公司各部门的员工接触时，你希望他们得到什么样的感受。

以正确的方式对待员工 ——从招聘到人员培训、业绩管理，在各个环节实施正确的战略，并且创造出承认员工成绩的企业文化。

以正确的方式领导 ——独木不成林，要发动员工们开动脑筋，再给予他们必要的支持。

以这些理念为基础，任何地方的企业都可以培养出充满激情、为公司的成就而努力奋斗的员工。从首席执行官到中层经理，再到直接与顾客们接触的一线员工，《别把你的顾客丢了》都能让他们发生积极的改变。



<<别把你的顾客丢了>>

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>