第一图书网, tushu007.com

<<管理你的公司情绪>>

图书基本信息

书名：<<管理你的公司情绪>>

13位ISBN编号：9787500441144

10位ISBN编号：7500441142

出版时间：2004-1

出版时间：中国社会科学出版社

作者：[美]巴洛/[美]莫尔/董更生

译者：董更生

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

<<管理你的公司情绪>>

内容概要

《管理你的公司情绪》将不仅为加速企业的发展提供了良好的服务，还能提供真正的接触体验，使工作变成有个性、有作为的活动，并使从业人员能在工作中自我实同。
任何想要改善员工与顾客间情绪互动的企业，都得先读这本书。
《管理你的公司情绪》为21世纪的工商企业说明了顾客服务的重要条件。
这本书组织严谨、思想缜密，介绍了影响一家公司文化所需的情绪价值。
约两年前，戴尔计算机公司动员全公司发起注重顾客体验以凸显公司用心的运动。
这项运动至今仍是戴尔非财务性的惟一目标。
巴洛女士是当时推动这项运动的关键人士，她与我们分享的心得和感受在本书中都有详尽的叙述。
本书是工商业界人士的必读读物。
《管理你的公司情绪》成就非凡，注定成为顾客服务文学的经典之作。
巴洛和莫尔两位女士，在书中对顾客和服务人员的体验做了通盘的检讨，并且反映出两者互动的真正本质将永远改变你对顾客服务的了解、提供和接受。
本书是根据严谨的研究结果撰写的，因此内容翔实、见解实惠，同时所列举的案例生动活泼，令读者读后也久久无法忘怀。
恳请大家不但要读这本书，而且要立即付诸实施，因为它事关顾客对贵公司的感受，同时也关乎他们为你所创造的价值。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

贾内尔·巴洛（Janelle Barlow），丹麦跨国国际时代管理训练及顾问集团（TIME MANAGER INTERNATIONAL;TMI）的美国合伙公司总裁，美国演讲人协会会员，在顾客服务、抱怨投诉的处理、焦虑管理及企业战略等方面有着丰富的实践经验，但进入体验经济后，他又将研究重心转向人类的情绪需求及情绪需求对顾客服务的影响。

黛安娜·莫尔（Dianna Maul），TMI的营销副总，质量管理大师戴明（W.Edwards Deming）的得意弟子，在体验经济、顾客服务管理领域极负盛名。

<<管理你的公司情绪>>

书籍目录

来自各界的掌声我们都生活在情绪的世界里你的公司也有“ 情绪 ”？
你管理了吗？
在消费体验中加入情绪价值第一部分 建立有利情绪发展的服务文化 第一章 顾客永远是情绪性的　消费者是会感动的 第二章 从管好自己的情绪着手　具备认知能力有助于提供更好的服务 第三章 积极的情绪是一种资产　正面的情绪可以开启思考的能力第二部分 选择情绪能力 第四章 情绪劳动或情绪能力？
　情绪能力是一种光荣的技巧 第五章 创造对等、双赢的交流　价值存在于相互的关系中第三部分 以同理心扩大顾客的体验 第六章 超越顾客满意度　只求顾客满意还不够好 第七章 评测顾客情绪所面临的挑战　情绪指数很难量化或测量 第八章 激发同理心的潜能　同理心是可以传授的第四部分 投诉是建立情绪价值的好时机 第九章 会投诉的才是忠实的顾客　减少投诉的目标不是个好观念 第十章 投诉的本质　投诉的记忆比其他互动体验更强烈 第十一章 处理投诉的策略　须以愿意甚至渴望听到消费者回馈为出发点第五部分 利用情绪关系加强顾客忠诚 第十二章 品牌忠诚是源于情绪的行为　满意是态度，忠诚是行为 第十三章 留住顾客的策略　留住员工就是留住顾客 第十四章 最后的一些想法　能够留住顾客的企业就是成功的企业附录A 研究背景 情绪的动力附录B 市调告诉我们哪些消费者的情绪？
附录C 顾客满意与忠诚关系研究附录D 有关处理投诉的最新研究附录E 致意八诀

第一图书网, tushu007.com

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