

<<服务制胜>>

图书基本信息

书名：<<服务制胜>>

13位ISBN编号：9787504738547

10位ISBN编号：7504738549

出版时间：2011-7

出版时间：中国物资出版社

作者：覃曦

页数：231

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>

<<服务制胜>>

内容概要

我们一定要记住，服务是一项长期的工程，不能掉以轻心，也不能因循守旧，而必须时时刻刻为客户着想，发自内心地为客户服务，真诚地为客户解决问题，注意细节，勇于创新。

由覃曦编著的《服务制胜》分节介绍了各种服务法则，详细地告诉你应该怎样去为客户服务，帮你解决服务过程中的种种困扰，让你学会怎样达到客户的要求。

<<服务制胜>>

作者简介

新加坡SQ咨询中心首批认证讲师、顾问 · 中央人民广播电台直播嘉宾

· SSMT (卓越管理系列培训) 创建者 · 清华大学与上海交通大学总裁班特聘教授 · 北京大学汇丰商学院特约教授

· 中国职业经理人中心沙盘系列唯一特聘女性讲师 · 在银行、电信、航空、酒店、零售、医疗、能源等行业担任培训讲师和咨询顾问

<<服务制胜>>

书籍目录

第一章 强化服务意识当先的法则

开章明义：服务意识决定服务结果

法则1 服务从收集客户资料开始

法则2 满意成为最低的服务标准

法则3 让客户感觉到星级的服务

法则4 尊重客户是客户服务的最基本法则

法则5 服务无小事，态度是关键

第二章 完美服务礼仪的法则

开章明义：完美服务从“心”开始

法则6 服务之前，做好准备

法则7 微笑服务是对人生的一种态度

法则8 用语言表现你无微不至的服务

法则9 用真诚的心倾听客户的需求

法则10 保持超人的亲和力

法则11 做客户之所想

法则12 从装容上让客户感到被尊重

第三章 高端服务重细节的法则

开章明义：细节是服务永恒的主题

法则13 做好细节服务，就是从小事做起

法则14 巧妙地回答对方的提问

法则15 留心你的不良习惯

法则16 不同的客户采用不同的技巧

法则17 快捷的服务是客户最想要的

法则18 细微之处的真诚和尊重“

法则19 谨慎对待客户咨询

法则20 把“他们”改成“我们”，把“我们”改成“咱们”

第四章 挽留客户靠真诚的法则

开章明义：用真诚挽留客户

法则21 有时候需要以“情”服人

法则22 尽全力满足客户的愿望

法则23 热情是服务人员的生命

法则24 决定成败的精彩示范

法则25 让客户感到内疚不已的服务

第五章 各类服务方式需巧用法则

开章明义：开展多种服务方式

法则26 一对一服务，给予客户优越感

法则27 人性化服务，提升品牌竞争力

法则28 顾问式服务，让你更专业

法则29 电子化服务，体现快捷的服务

法则30 体验式服务，让客户真实感受

法则31 幽默式服务，化解服务中的尴尬

第六章 成交即是开始的服务法则

开章明义：成交既是一种结束，又是一种开始

法则32 做好客户回访计划

法则33 把售后服务最大化

<<服务制胜>>

法则34 做服务就是做人际关系

法则35 免费服务和有偿服务同等重要

法则36 速度决定服务口碑

第七章 周到处理客户不满的法则

开章明义：你的周到是客户最想要的

法则37 以感激之情倾听客户的抱怨

法则38 道歉要发自内心

法则39 重视，重视，再重视

法则40 及时反馈处理信息

法则41 服务不要半途而废

第八章 亦客亦友的终生服务法则

开章明义：亦客亦友才能长久

法则42 时刻关注客户的动态

法则43 祝福、礼品一样也不能少

法则44 请记住一些特殊的日子

法则45 让爱心在服务中闪光

<<服务制胜>>

章节摘录

法则2 满意成为最低的服务标准 你是不是只穿一个牌子的鞋子？

你是不是只购买一个牌子的衣服？

你是不是只去一家饭店吃饭？

大部分人都会回答：“当然不是，那怎么可能。

” 那我再问问大家，你之所以没有坚持选择同一个品牌的鞋子、衣服、饭店，是因为你对他们的产品或服务不满意吗？

大部分人都会回答：“当然不是，很多情况下还是很满意的。

” 那我还想再问问大家，既然你满意，你为什么还会选择其他的品牌？

你可能会说：“因为有更好的价格、更时尚的衣服、更美味的佳肴。

” 现在很多企业提出“客户满意是我们的追求”，并且花了不少的金钱和精力做客户满意度调查

。但是现实的结果却是：即使客户对我们很满意，还是会选择其他品牌，甚至离开我们。

更尴尬的是，我们在做市场调查时发现：很多客户认为企业搞的“服务评价”本身就是企业对客户的一种敷衍，而客户对服务评价给出“满意”时，其实是对“这种敷衍服务的一种敷衍”。

这种带着礼节性的敷衍，既能让自己省去很多的麻烦，又能让他人得到满意的答复。

如果“满意”并不是发自内心，并且还带着一些无奈，对于我们的服务还能起到什么作用呢？

客户满意和客户忠诚是完全不同的概念。

满意只是客户对我们过往服务的评价；而忠诚却是客户对我们的品牌产生感情和依赖。

忠诚的具体表现是客户可以重复购买我们的产品或者介绍其他客户。

客户满意不是我们最终的目标，只有客户的忠诚才能给我们带来利润。

可以想一下，如果客户从你和你的竞争对手那里同样可以买到让他满意的产品，并且在被提供服务时都感受到满意，对客户而言在哪儿买都一样，何必要认准一家呢？

何必要忠诚于你呢？

所以，想要让一个普通的客户变成你的忠实客户，单单让客户感觉到满意是远远不够的。

要让客户感受到你的服务是与众不同的，这才是让他选择你的最重要的砝码。

<<服务制胜>>

编辑推荐

系统性，针对性，实用性 [开章明义] [案例分析] [专家点拨] 服务是个大工程，不能掉以轻心，也不能因循守旧。

时时刻刻为客户着想，发自内心为客户服务，真诚为客户解决问题，是服务客户的制胜法则。

强化服务意识当先的法则 完美服务礼仪的法则 高端服务重细节的法则 挽留客户靠真诚的法则 各类服务方式需巧用法则 成交即是开始的服务法则 周到处理客户不满的法则 亦客亦友的终生服务法则

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>