

<<服务的品质>>

图书基本信息

<<服务的品质>>

内容概要

当今时代是商品过剩的时代，同时也是服务业勃兴的时代，归根结底是一个以客户为尊、客户至上的时代。

不管是制造型企业，还是服务型企业，都面临一个亟待解决的课题：如何通过提升服务的品质，以优质服务来赢得客户的青睐，战胜对手。

本书通过阐释服务行业的先进营销理念，展示高品质服务的成功案例，指出了无论制造型企业还是服务类企业，在今后的经营过程中，有必要根据服务的经营原理通览全局，潜心锻造服务致胜的秘密武器，从而建立企业的竞争优势。

<<服务的品质>>

作者简介

*山芳雄：日本当代首屈一指的管理大师，长期担任影响极大的日本能率协会理事长、副会长等重要领导职务。

自大学毕业后，曾在政府机关、工厂及商社里任职。

后加入社团法人日本能率协会任营销顾问。

作为干部培训专家，曾在多家企事业单位、公共团体等从事调查、咨询以及培训方面的工作。

专业为干部能力开发、经营调查。

现任社团法人日本能率协会特别顾问，股份公司日本能率协会管理中心董事顾问，股份公司日本能率协会综合研究所顾问。

他有关干部能力开发、企业经营的系列专著均引起轰动，影响波及欧美，成为畅销不衰的管理经典。

其他重要著作有《这样的干部辞职吧》、《管理者革命》、《员工革命》、《经理该干什么》、《管理的资格》等。

<<服务的品质>>

书籍目录

前言第一部 什么是服务的品质第一章 超越“事前期待”被叫出名字“事前期待”与实际结果一招鲜，吃遍天判断和想法满足顾客的“事前期待”第二章 宣传要“八分饱”“事前期待”的形成要素服务就是营销赢得“物超所值”的评价赢得更广阔的利润空间没有最好，只有更好千里之行，始于足下第三章 关于标准化“小学生”和“中学生”之间的差距路漫漫，上下求索缩短培训时间各行其是，必将失败成功手册改善内部机制重新制定各项工作标准第四章 顾客需求与服务品质到医院看病请顾客一同参与按照不同对象划分服务种类前台服务人员的重要性墨守成规与积极沟通前台需要精锐队伍第五章 顾客投诉及意外事故之对策提高品质三步走难以把握的潜在不满多元化的途径“化祸为福”的紧急对策建立质量管理机制第二部分 服务的有型与无形第一章 服务的范围报纸也属于工业产品么？第三产业和服务行业的区别超市经营中的无形服务生产制造业中的服务经营策略的无形化倾向第二章 有形化服务过于抽象的服务列出清单将抽象的服务有形化在竞争中取得先机“友善的笑容”第三章 如何决定服务价格第三部 人性化和服务效率第一章 服务——一种不平凡的行业第二章 克服供求的不协调第三章 灵活运用经营技术第四章 个别性和生产性第五章 服务产业的管理者后记

<<服务的品质>>

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>