



## <<顾客服务心>>

### 内容概要

2004年年底，中国对外资全面开放零售业市场。

沃尔玛、家乐福、TESCO、麦德龙……众多外资零售大鳄早已环伺，更多的零售巨头也虎视眈眈，准备大举入境。

中国零售高峰论坛上，爆出“国内本土零售业将全线败退”的惊人之语。

国内零售企业真的已面临绝境？

我们能否绝地反击？

又该如何应战？

本书详细介绍了美国零售业巨子诺思通的百年经营策略和成功的关键因素。

正是一些看似简单却饱孕深邃哲理的法则，让诺思通成为竞争激烈的美国零售业市场长胜不衰的成功典范，成为众多零售大鳄学习的榜样。

诺思通的经营智慧，对于我国零售业以及服务业来说无疑具有重要的借鉴意义，学习它，必能以全新的方式与竞争对手直面交锋，逐鹿商场。

诺思通把做决定的权力下放到销售层，要求售货员在任何情况下运用其最佳判断力，自主处理顾客的所有要求。

因此，在诺思通购物就像与一家私人小店的老板打交道。

诺思通宁愿雇用和善的人，再教他们怎样销售，也不愿意雇用有销售经验的人，再教他们如何友好待人。

诺思通在店面设计上处处为顾客考虑，为顾客创造“难忘体验”，而售货员也把销售工作提升为一种艺术。

将诺思通的企业文化和根本宗旨传承给下一代人并不困难，因为宗旨其实非常简单：提供最优异的服务。

#### 作者简介

罗伯特·斯佩克特西雅图自由撰稿人，从1982年起为《女装日刊》和其他时尚杂志报道诺思通。  
帕特里克·麦卡锡西雅图人，在诺思通工作超过20年，是公司最优秀的售货员之一。

## <<顾客服务心>>

### 书籍目录

献词致谢前言第一章 美国头号客户服务公司第二章 淘金热后：商店诞生第三章 下一代：完善“诺思通模式”第四章 诺思通文化：给员工决策权第五章 商店内部：营造一个令人心动的地方第六章 企业家的公司：诺思通人VS混日子的人第七章 销售的艺术：零售是一种交际活动第八章 诺思通的客户服务方式：发展趋势

## <<顾客服务心>>

### 媒体关注与评论

书评这本书以丰富的细节记录了让诺思通如此成功的秘诀，它提示了这样最基本的事实；你必须信任他人，无论是顾客还是员工。  
这是一本值得一读的好书。

## <<顾客服务心>>

### 编辑推荐

美国最著名的高档百货连锁品牌，美国头号顾客服务公司。

从1901年的一家小鞋店，发展成为拥有100多家连锁店的《财富》500强企业，凭借一个几乎众所周知的秘诀 - 优质服务，在竞争激烈的美国零售市场得以维持百年基业。

所谓师夷之长技以制夷，中国零售业对外资全面开放，谁是我们学习的榜样？

有人说：“我们学习沃尔玛的规范，学习家乐福的灵活，学习伊藤洋华堂的精细，然后我们会在学习和竞争中成长。

”事实上，沃尔玛、家乐福都在学习诺思通的服务

#### 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>