

<<微笑力>>

图书基本信息

书名：<<微笑力>>

13位ISBN编号：9787508622996

10位ISBN编号：7508622995

出版时间：2010/11/09

出版时间：中信出版社

作者：汪若菡 朱瑛石

页数：181

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>

<<微笑力>>

内容概要

112位如家员工，20位顾客，3位特许店业主，2位供应商，1位社区民警，2880份调查问卷，共同讲述如家服务精神和创造卓越服务的普遍原则。

作为国内第一本以本土服务企业为案例，发现中国式服务文化的商业书籍，《微笑力》的两位作者对如家酒店进行了深入的调查研究。

他们用大量来自一线员工的服务故事揭开了如家酒店保证高品质服务的秘诀。

但是作者并没有将视野局限于如家，而是以丰富的案例和翔实的数据总结出了可供所有服务企业参考的普遍原则。

书中提出了一个全新的概念——微笑力，即为顾客提供个性化卓越服务服务的能力。

伴随这次阅读旅程，你不仅可以了解微笑力的奇妙，还能够学会如何让自己拥有微笑力，它将为你开启从未有过的体验之门

作者简介

汪若菡，财经记者，曾供职于《21世纪经济报道》、《IT经理世界》，现为《环球企业家》主笔，居于北京。

朱瑛石，独立研究人员，研究方向为企业社会学。

著有《第一团队：携程与如家》。

<<微笑力>>

书籍目录

目录：（要完整版）序一 与世界分享微笑序二 寻找中国酒店产业的人文精神与未来意识序三 寻找本土商业思想自序 基于人性的企业序曲第一章 创造快乐工作环境服务人员是“体验工作者”为体验工作者创造快乐环境尊重员工是创造快乐环境的基础快乐工作的五原则微笑力测试（一）第二章 涟漪组织投入第一粒石子每位员工都是涟漪创造者消除涟漪中的阻断点确保石子被准确投入微笑力测试（二）第三章 S型血基因一 打开心灵，真诚待人基因二 信守承诺，言出必践基因三 视顾客为家人基因四 恪守标准，持续改善基因五 为服务注入灵魂微笑力测试（三）第四章 改善世界的微笑力与供应商共生为业主搭建信任桥梁成为社区的一部分用微笑力改善世界后记 个体自由与服务企业致谢

章节摘录

第一章 创造快乐工作环境 服务人员是“体验工作者” 1959年，彼得·德鲁克在《未来的里程碑》一书中发明了“知识工作者”这个词，他把那些将自己拥有的知识投入工作，并以此取得报酬的人归入知识工作者的行列，以区别于依靠体力或者手工技能谋生的传统劳动者。

在50年后的今天，我们已经习惯于将出入写字楼的公司雇员看做知识工作者。没有人会把餐馆或者酒店的服务人员视为知识工作者群体的一员，但是，也很难把他们归类于传统的劳动者——尽管在他们的工作中确实需要体力和某些技能。

在真正的服务企业中，员工工作的核心价值并不是提供体力和手工技能。

设想一幕情景：你来到一家酒店的玻璃门前，将身份证放在扫描器下，中央电脑系统确认了你的身份和预订信息，大门打开，自动柜台机吐出你的房卡，同时响起电子合成的女声：“欢迎您再次入住，根据您的偏好，为您安排了6楼的房间，请向左转乘坐电梯。

”站在电梯里，你打了一个喷嚏，传感器随即将你的身体信息传入计算机，当你打开房门的时候，中央控制系统已经根据你的身体信息将室温调节到合适的温度，墙上的电子显示屏提醒你注意保暖。

这家并不存在的酒店令人眩目，它提供了超乎想象的高科技酒店产品，但我们很难说它也提供了高品质的服务。

在这里，顾客与酒店之间缺乏情感上的交流与互动，他只是在使用按照程序设定的产品。

让我们换一幕情景：你来到一家酒店的玻璃门前，服务生笑容满面地打开门向你问好，酒店前台服务员记得你的名字，她微笑着同你打招呼，按照你的习惯安排好客房。

一旁的保安拎过你沉重的行李，陪同你走进电梯。

你打了一个喷嚏，他关切地问你是否感冒了。

在你进入房间10分钟后，敲门声响起，客房服务员为你送来一碗姜汤。

这个虚构场景中的服务细节全部来自发生在如家酒店的真实案例，与前一幕场景相比，它只增加了一样东西：情感交流。

服务与产品之间的本质区别就在于是否提供情感体验，缺少了情感体验，餐厅贩卖的只是食物，而酒店出售的仅仅是房间。

服务人员工作的核心价值就是向顾客提供情感体验。

我们可以把他们称为“体验工作者”。

与其他任何一类劳动者不同，体验工作者需要通过投入情感，为他所从事的重复而细碎的工作注入灵魂。

能够将琐事化为神奇，是因为他拥有一种奇妙的能力——微笑力。

编辑推荐

通过与138位如家管理层、员工、合作伙伴和顾客近距离接触，以及在83个城市90家酒店进行的问卷调查，朱瑛石和汪若菡不仅找到了如家创造卓越服务的方法，而且从案例和数据中提炼出成功的服务企业应当遵循的基本理念和原则，它们能够帮助每一家希望为顾客创造惊喜的公司。

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>