

<<服务>>

图书基本信息

书名：<<服务>>

13位ISBN编号：9787807280880

10位ISBN编号：7807280883

出版时间：2005-8

出版时间：广东经济出版社

作者：严世华

页数：202

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>

## 内容概要

因为近年来市场营销形势变化太快，尤其是企业中因竞争加剧而开始关注顾客满意的渴望如同“井喷”，喷涌而出、热浪滚滚。

于是，在需求的“追赶”之下，我写出这本“以营销观点剖析实战案例，用小说笔法讲述管理故事”的营销观点剖析实战案例，用小说笔法讲述管理故事”的新著。

如果读者能从中信手拈来一例，用于经营中并有效，我将很欣慰！

在本书中，我坚持自己一贯“说自己经历过的案例，讲亲历亲为的故事”的学习风格。书中所提及的每个人、每件事都是真实的，只不过对他们的姓名做了些“技术处理”罢了。

最后，以书中我的“替身”——YAN先生的话作结：“成功只需稍许调整”。但愿本书，能够成为您在经营调整中的“坐标”！

## 作者简介

严世华，亚洲十大培训师，中国第一位CS经营运作专家，北京商品经济学院策划系教授；曾多次受清华大学、浙江大学、四川大学、复旦大学、中山大学等聘请授课，经他培训的经理人达16000人，被誉为“CS经营与ES管理的教父”。

并受著名企业如青岛海尔集团、四川长虹集团、广东美的集团、重庆长安集团、五粮液集团等之邀作CS内训。

同时，为深圳金碟国际软件集团、山东中狮国际集团、四川新良商务大厦、广州客家王酒店、成都电信公司、广西汇丰农药公司等140多家企业导入了CS策划。

## &lt;&lt;服务&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇章 取乎上，得乎中；取乎中，得乎下；取乎下，得乎无。

——老板即首脑，其视野决定了企业的发展空间/1 要就多给，不要一点儿也别给——新卖法1/2 因为帮买，所以好卖——新卖法2/16 由“具”至“居”，成功只需稍许调整——新卖法3/28第二篇章 凡事有经必有权，有法必有化。

变则通，通则久。

——商战不相信按部就班，脑筋急转弯柳暗花明/39 “反过来”行销，以需求氛围开道——新卖法4/40 “人找钱”变“钱找人”——新卖法5/52 专门的时刻卖给专门的你——新卖法6/63第三篇章 思其始而图其终。

其始不立，其卒不成。

——当今营销运作，已从做好过程转向先谋开局/73 抓住卖群、卖相、卖点，你准赢——新卖法7/74 卖的就是顾客心中“想要的”——新卖法8/88 百尺竿头，再进一步——新卖法9/98第四篇章 工欲善其事，必先利其器。

欲筑室者先治其基。

——市场大厦平地起，全靠管理打地基/109 严把“循环关”，高筑“防火墙”——新卖法10/110 强化售前售中，消灭“诉后”补救——新卖法11/125 打造优质服务“软黄金”——新卖法12/136第五篇章 使好谋而不成，不如无谋。

言必信，行必果。

——一流点子+三流落实，不如一流落实+三流点子/149 手册做地基，不断“夯实”它——新卖法13/150 将“追问落实”进行到底——新卖法14/159 把产品打包，让服务组合——新卖法15/177

## &lt;&lt;服务&gt;&gt;

## 章节摘录

司机小王真有点儿搞不懂，“老爷子”凌晨5点多就催他备车，还要亲自出迎，专程赶往200多公里以外的青岛机场去接一个人。

“什么重要人物？”小王暗自嘀咕着。

过去像这类送往接迎客人的活儿，从来都是他一人去办了。

在他的记忆里，“老爷子”如此起个大早、大驾亲迎还未曾有过。

凌晨6时整，汽车上路。

汽车急驰在辽阔的昌潍大平原上，小王偷偷从后视镜里窥视了一眼“老爷子”：哎！

怎么这么兴奋？六十多岁的人起那么早，可连点儿困意都没有。

他在想什么呢？“老爷子”激情燃烧的岁月——这位“老爷子”，是山东省一家民营国际健康集团的董事长。

此时此刻，他人虽然坐在自己这辆舒适而豪华的棕色凌志轿车里，脑子却像过电影般地一幕幕回到过去那段辛酸创业的岁月之中……20世纪80年代末，他以一个县医院内科医生的身份，怀揣一份专治呼吸道顽症的秘方，带着5个人来到这座城市，办了个研究所。

万事开头难。

最难的是，医生出身的他只懂治病不会经营。

几年下来，他的研究所很快就陷入了“吃了上顿无下顿”的困境，正万般无奈之际，他遇到一个人——此人就是即将从北京飞来的Yan先生……“快到了吗？”“老爷子”突然问小王。

“快了，快了，15分钟后到达青岛机场。”

……他还清楚地记得，当年乘研究所那辆破面包车与Yan先生在北京初次见面时的情景。那时的Yan先生何许人也？一介江南才子。

在北京一所大学毕业后，分配到国家机关从事政策法规工作，又因其精彩的调研报告受国务委员批示表彰，调入一家中央大报作新闻部记者。

此间采写了大量经济类的财经报道，受到他的关注，使他萌生了赴京求助的念头。

他原以为，记者都神通广大，会为他融资借贷解决些燃眉之急。

可Yan先生听完了他的诉苦，说了句：“您这是捧着金饭碗在要饭呢！”

随后，送给他比钱更重要的“一策”：以治病换宣传，用低成本新闻报道启动需求市场。

很快，又为他召开了30多家中央媒体记者并带亲友病人参加的“现场诊治会”。

百闻不如一见，他手到病除的医术即刻引起了轰动，记者们敏锐地感到：这就是新闻！

“诊治会”结束后他回到北京最廉价昏暗的地下室旅店还没住上几天，就收到研究所发来的火急电报催他火速赶回来——因为他那小小的路边门诊店的门，已被每天来自全国各地的几百号患者挤破了，药也卖疯了！

引发这一切的是Yan先生那“一策”——“诊治会”，它形成了几十家中央媒体“地毯式轮番轰炸”的连续报道冲击波，一夜间传遍大江南北。

(P2-3)

<<服务>>

媒体关注与评论

——引爆CS经营革命的15种“新卖法” 取乎上，得乎中；取乎中，得乎下；取乎下，得乎无

——老板即首脑，其视野决定了企业的发展空间。

凡事有经必有权，有法必有化。

变则通，通则久，——商战不相信按部就班，脑筋急转弯柳暗花明。

思其始而图其终。

其始不立，其卒不成。

——当今营销运作，已从做好过程转向先谋开局。

工欲善其事，必先利其器。

欲筑室者先治其基。

——市场大厦平地起，全靠管理打地基。

使好谋而不成，不如无谋。

言必信，行必果。

——一流点子+三流落实，不如一流落实+三流点子。

编辑推荐

穿越市场营销的战火硝烟送达前线的“作战方案”，亚洲十大培训师之一、中国第一位CS经营运作专家严世华先生的最新力作。  
本书以营销观点剖析实战事例，用小说笔法讲述制胜真经。

## 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>