

## <<服务的细节>>

### 图书基本信息

书名：<<服务的细节>>

13位ISBN编号：9787506046206

10位ISBN编号：7506046202

出版时间：2012-7

出版时间：东方出版社

作者：佐藤知恭

页数：218

字数：130000

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>

## <<服务的细节>>

### 内容概要

作为一个研究企业的消费者对对应问题长达20多年的学者、一个于1980年首次将约翰·古德曼定理引进日本的人，和一个为如何改变这种对CS一知半解状态而苦想中的人，《服务的细节：如何让顾客的不满产生利润》作者佐藤知恭感到有责任向大家浅显易懂地介绍用于顾客满意的具体服务理论和实际开展方法。

为了使读者更易于理解本书内容，还加入了很多漫画和插图。

《服务的细节：如何让顾客的不满产生利润》可能是日本最早的系统说明有关顾客满意具体开展方法的理论书。

## <<服务的细节>>

### 作者简介

佐藤知恭，929年出生于东京，于2006年2月去世。  
毕业于青山学院大学文学系。  
在RKB每日放送、文化放送（播音员、广播电台记者）工作期间，曾赴美国锡拉丘兹大学留学。  
历任日本广告审查机构公司第一任事务局长、时间生活书籍消费者信息中心事务局长、青山学院大学经营学系兼职讲师等职位。  
参与创建了消费者相关专家会议并担任第一任专务理事兼事务局长。  
日本电话营销协会的前常任理事、前顾问，沟通世界株式会社的法人代表，顾客品牌忠诚度研究会佐藤班的主讲人，白鸥大学经营系原教授（2000年3月退休离职）。  
企业应对消费者研究方面的权威，作为“研究CS的第一人”在国际上享有盛名。

## <<服务的细节>>

### 书籍目录

#### 前言

#### 第一篇 如何理解“顾客满意”？

##### 第一章 为什么现在是“顾客满意”的时代？

###### CS推进部的黄金时代

“顾客满意”是什么

“顾客满意”的定义尚未确立

##### 第二章 21世纪的经营理念是CS

###### GM管理

经济结构的变化

超出消费者使用能力的商品

消费者的认识和行为发生了变化

马斯洛定理

买东西是浪费时间

##### 第三章 思考服务

所有的企业都在提供服务

日本的服务精神始手江户时代

越后屋女老板的经营哲学

服务态度

服务业务

商品和服务有着本质性区别

##### 第四章 两个CS

“顾客满意”和“顾客服务”是怎样的关系

“顾客”指的是谁呢？

扩展“顾客服务”范围

给“顾客服务”下个定义吧

##### 第五章 研究“Quality”

“Quality”不等于“品质”

“Quality”的含义

服务经济型社会的标准是什么？

##### 第六章 作为营销战略的CS

聚集在“顾客满意”上的关心

营销战略的僵局和CS

营销的诀窍

##### 第七章 关键时刻

所谓“关键时刻”

“决定性瞬间”实例

坏印象会永远留下来

现场决定的“决定性瞬间”

斗牛的比喻和“决定性瞬间”

##### 第八章 颠倒的金字塔

服务经济型社会的企业组织

## <<服务的细节>>

经营者任务的变化

公司内顾客就是本公司员工

用颠倒的金字塔来比喻经营理念

第九章 由不满产生利润的古德曼定律

由“消费者投诉处理”调查所产生的

投诉和不投诉的客人

即使不满也会再次购买此商品的客人

古德曼定律世界通用

投诉处理带来利润的计算公式

口碑的传播效果

消费者培训带来的企业利润

吉德曼的功绩

客人不投诉的理由

顾客满意和CSI(顾客满意指标)

第二篇 如何实现顾客满意

第十章 实现顾客满意的战略

公司宗旨和公司规则为何而存在

实现顾客满意的基本思维方式

顾客服务之十诫

经营者对推进CS的认识和理解

服务是身份低的人做的事情吗？

第十一章 实现顾客满意的具体开展方法

设置核心小组

核心小组的工作步骤

第一阶段：准备阶段

第二阶段：内部培训

第三阶段：收集信息

第四阶段：详细调查

第五阶段：定量化

第六阶段：制订计划

第七阶段：监督

第十二章 如何说服经营者

如果委派您到CS推进室工作

为了引起工作繁忙的经营者关注

数字进攻

顾客满意资产负债表

顾客满意带来利润的模拟模型

第十三章 有关扩大顾客满意的课题

顾客满意能在日本扎根吗？

顾客满意是一把“双刃剑”

顾客服务的关键是“人”

公司的代表是现场工作的员工

经营者要向员工展示企业前景

由R&D向T&D发展

顾客满意办公自动化的意义

## <<服务的细节>>

地球环境和顾客满意的关系

由“顾客满意”向“消费者满意”转变

顾客满意(CS)和产品责任(PL)的关系

顾客满意和顾客培训

服务经济型社会的企业思维方式

顾客满意公式

卷末资料

顾客满意的业务流程

服务质量的概念模式

## <<服务的细节>>

### 编辑推荐

日本服务学者第一人佐藤知恭，重印25次的经典之作。  
所有的企业都是服务业，由不满产生利润的古德曼定律，令人吃惊的口碑传播效果，发动一场企业经营意识的革命。

## <<服务的细节>>

### 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>