

<<卓越服务，非凡利润>>

图书基本信息

书名：<<卓越服务，非凡利润>>

13位ISBN编号：9787510048593

10位ISBN编号：7510048591

出版时间：2012-11

出版时间：世界图书出版公司·后浪出版公司

作者：（美）莱昂纳多·因基莱里,迈卡·所罗门

页数：152

字数：156000

译者：杨波

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>

<<卓越服务，非凡利润>>

内容概要

在竞争激烈的市场上，最有力的增长引擎和确保竞争优势的方法是，将一切资源用于培养真正的客户忠诚度。

忠诚的客户对价格不那么敏感，更宽容小失误，并乐于推广其所忠诚的品牌。

本书披露了提供在线和线下客户服务的秘诀，几乎能够确保建立客户忠诚度。书中所述的预期式客户服务方式，发源于丽思卡尔顿酒店和绿洲唱片公司，并成功地应用于各个领域不同规模的组织。

豪华酒店、银行、律师事务所、餐馆、旅行社、会议中心、医院等，都从中获得了丰厚回报。

读者很容易就能掌握这些受用终生的理念和技术，并将其直接运用于自己的企业。

作者简介

莱昂纳多·因基莱里（Leonardo Inghilleri），西培思酒店集团旗下西培思咨询公司的执行副总裁和管理合伙人。因基莱里是一名公认的卓越服务专家，他创建了丽思卡尔顿领导力培训中心和进修学院。他在丽思卡尔顿酒店公司、宝格丽酒店、华特迪士尼公司以及他和他的团队运营的新度假酒店品牌嘉佩乐和索利斯的经营中发挥着重要作用。

迈卡·所罗门（Micah Solomon），绿洲唱片公司总裁，他创立的这家公司从一间地下室起家，最终成为了娱乐和科技产业的领导者。他的经营之道和辉煌成就曾登上《成功》杂志、赛斯·高汀的全球畅销书《紫牛》，其他商业出版物也以他的公司为案例。所罗门是“客户学院”网站的创始人，也是一位著名的商业顾问和演讲者。

杨波，山西财经大学应用经济学硕士，曾在世界卫生组织驻华代表处任项目组翻译，现在广东省卫生厅交流合作处从事口译、笔译工作。

书籍目录

序言 霍斯特·舒尔茨

致中国读者

致谢

引言 市场上唯一的商家

第1章 梯子上的工程师：达到服务的最高境界

职责与目的

从紧要的步骤说起

第2章 客户满意的四要素：完美的产品、周到的服务、及时以及有效的问题解决过程

完美的产品

由细心周到的人员提供

及时的服务

有效的问题解决过程

第3章 语言工程：每个词都有用

建立一致的语言风格

创建推荐用语和词汇表

选择语言是让客户觉得自在, 而不是支配他们

关注与客户交流的关键时刻：问候、道别及出现问题时

有时也要保持沉默：阿蒂·博考原则

语言也有局限

带路而不要口头指示方向

电话和网络沟通指南

第4章 补救！

扭转服务失败的局面

意大利妈妈法

成功补救服务的四个步骤

服务跟进的组成部分

运用自己的亲身体会

应该由谁来处理客户投诉？

细节决定成败：服务补救在于细处

你勾销客户，市场勾销你

第5章 及时掌握客户信息：追踪客户的身份、目标和喜好

信息记录和共享的原则

惊喜有时很危险——无论网上还是线下

别怕：不要畏惧收集信息——三思而行

第6章 将预期融入产品和服务：让流程为你服务

让公司想客户所想

Mr. BIV和消除缺陷的艺术

不要杀死Mr. BIV的信使

系统地减少浪费以增加价值——为你和你的客户

为什么高效流程可以转变服务

杜绝浪费？

别不小心毁了价值

互联网上以流程为基础的预期

运用工具收集客户体验信息

<<卓越服务，非凡利润>>

从流程入手变为从人员入手

第7章 你的员工：选择、介绍情况、培训和巩固

真实的自我已经成型：选人要看个性

保持高招聘门槛

制定选拔规则

建立有力的情况介绍流程

利用介绍情况的机会灌输新的价值观、态度和信念

确定员工的根本目的

介绍情况过程开始得比你想的早

在第一天，没有一件事情是次要的

树立品牌大使

培训员工仔细预想

巩固：每日自省

第8章 领导力：引导以客户为中心的企业

服务领导者很重要，因为服务由人掌控

卓越服务领导者的五大特征

道德领导

第9章 什么值得，什么不值得？

关于价值、成本和定价的忠告

提高客户忠诚度的服务真正花多少钱？

画蛇添足

“与什么比较？”

”：价值是相对的

定价是价值主张的一部分

不要向客户收取急救费

钱不是万能的，但钱事关重大——特别是你如何提出来

第10章 在网上建立客户忠诚度：利用互联网的力量服务客户和实现目标

互联网是把双刃剑

看法：人人都有。

布道者：每个公司都需要

互联网会促进商品化。

要通过个性化来避免这样

长篇介绍/短篇介绍

网络，方寸之地，尽显不凡

亚马逊：一家卓越的公司，但不是最现实的效仿模式

第一次开展网上业务：具体步骤案例分析

第11章 问候与道别：与客户打交道的两个关键时刻

永久的时效性

不要在电话上匆忙问候和道别

为身有残疾的客户服务，从你在门口迎接他们的那一刻起就是你的责任和机会

把你的接待人员变成捕猎者

是谷歌——而不是你——决定访问者从哪里登入你的网站。

无论如何要给予他们恰当的问候

不要急于说再见

转包问候和道别的风险

现在该作者说再见了——资源和帮助将伴您一路前行

<<卓越服务，非凡利润>>

附录

附录A 绿洲唱片公司：客户沟通和电话沟通指南及专门用语摘录

附录B CARQUEST卓越服务标准

附录C 嘉佩乐酒店和度假村企业准则：服务标准和经营理念

注释

出版后记

<<卓越服务，非凡利润>>

章节摘录

版权页： 服务跟进的组成部分 对于不同的服务，应该采取不同的方式跟进，但都应该包括这几个组成部分：立即跟进、内部跟进和善后跟进。

这些组成部分的最终目标都是为了确保你的补救措施进展顺利，让你的客户能够感受到你在认真地对待他们的事情。

通过补救措施，你的公司得到了一个忠诚的客户，并且受益多多。

立即跟进 如果你自己已经把问题解决了，事后要马上和客户联系。

这表明你对这件事很重视。

同时也可以了解到一些一直没有解决的问题。

当你把客户的问题转交给其他人的时候，立即跟进也很重要。

比如：假设你在销售部工作。

有个客户给你打电话（因为她只认识你），反映你们公司的网站有点问题，给她造成了不便。

你自然会把这个技术问题交给IT部门来解决。

但你知道IT人员最后真的给她解决问题了吗？

她觉得技术人员的服务周到吗？

你只有亲自去问客户才知道。

客户希望你——她最初的盟友——去跟进这件事，而不只是IT部门的某个员工。

即使你很清楚IT人员完全有能力帮她解决好这个问题，她也希望你去跟进。

内部跟进 对于某个客户所经历的失败服务，公司的其他人也要马上提高警惕。

下面我们谈谈为什么这种警惕性是卓越服务的标志：你的员工会知道今后再与这个客户打交道时，除了常规的质量控制以外，还要检查有没有其他问题。

出现问题后，要提醒你的员工以恰当的方式与这个客户打交道。

不要让客户再说一遍他遇到的麻烦，这不是他的责任——除非他想解释。

也不应该强迫他“装出开心的样子”来迎合你的员工抱有的不正确期望。

他们早应该知道客户的遭遇了。

例如，一家餐厅遇到这样的客户离开时，如果经理或领班能够出来说些感谢的话，会给餐厅增色不少：“承蒙您的光临，我们不胜荣幸，非常感谢您今晚的耐心等待：我们非常抱歉把您点的小菜弄错了，希望下次为您提供更好的服务。

”这远远胜过你故作姿态地问一句：“您对我们今晚的服务满意吗？”

”听起来好像左手不知道右手掉了蛋奶酥似的。

你可以把不幸遇到问题的客户的资料作一特殊标记，以便她下次来访时给予特殊礼遇——即使这一特殊的礼遇只是会意的点点头或会心的一笑。

<<卓越服务，非凡利润>>

媒体关注与评论

《卓越服务，非凡利润》这本书正合我意。

莱昂纳多和迈卡的理念、原则和卓越服务的成功案例让你恨不得马上将他们的建议用于你自己的公司。
这才是以客户为中心的公司的经营之道！

——肯·布兰查德，美国著名商业领袖、当代管理大师 你在此所读到的精彩内容将使你重新定位自己的企业，不论规模大小，使你真正去了解你的客户，让他们成为你的回头客。

——霍斯特·舒尔茨，西培思酒店集团主席兼首席执行官 一本关于如何将五星级服务技巧应用于每个行业和每个价位的必读指南。

——坦普尔·斯隆三世，通用汽车零部件公司主席兼首席执行官 这本优秀的客户服务战略入门书是经理人和任何有志于转变客户关系的读者的必读书。

莱昂纳多和迈卡涵盖的主题十分广泛，从问候客户、给客户指引方向的具体细节到培训员工、维护在线客户信任的更大战略。

《卓越服务，非凡利润：打造五星级客户服务的秘诀》是一本真正能够启迪智慧和赢得客户忠诚度的实用手册。

——丹尼尔·平克，《全新思维》、《自由工作者的国度》和《驱动力》作者 建立以客户为中心的企业的绝佳路线图。

莱昂纳多和迈卡巧妙地展现了将会为你的企业创造巨大价值、为你的客户带来非凡体验的一系列很容易实施的战略。

——马西莫·菲拉格慕，菲拉格慕美国公司董事长 在经济困难时期，客户忠诚度是决定谁能够继续生存、谁将以破产告终的关键因素。

莱昂纳多和迈卡写的这本内容精彩而实用的书，深入探讨了建立客户忠诚度的活动。

任何想创办新公司的人都应该读一读这本书；对于思考如何度过难关的商业领袖，这本书也值得一读。

——弗兰克·菲尔波特，乔治梅森大学管理学院教授

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>