

<<服务力>>

图书基本信息

书名：<<服务力>>

13位ISBN编号：9787801697875

10位ISBN编号：7801697871

出版时间：2005-9

出版时间：中国时代经济出版社

作者：李建军

页数：219

字数：180000

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>

<<服务力>>

内容概要

如果说在市场经济的特征还未得到充分体现的时候，服务对于企业来说只是一碟可有可无的小菜的话，那么以改革开放后的二十世纪八九十年代，服务就是企业必不可少的一桌大餐，而如今，服务对于企业来说则成了象征着品质和实力的豪华盛宴，更重要的是，这场豪华盛宴既璀璨夺目、诱人前往，又具有丰富的营养价值，真可谓“集时尚与实用于一身”。

如何看待企业活动当中的客户服务工作？

如何把无形的服务变成有形的价值？

如何不断提升企业的服务力以便全面增强企业的整体竞争力？

随着第三产业的蓬勃发展，随着行业竞争的不断加剧，这些问题已经成为这个时代最值得企业关心的问题之一。

事实上，我们就生活在这样一个时代：对顾客而言，不同产品和服务的惟一区别不过是服务质量上的差别，这种差别，即这种极其细微的不同，体现在顾客对企业及其产品和服务的一种亲切的认同感——这就是竞争优势；对企业而言，服务力是企业核心竞争力的一个非常重要的组成部分，甚至就是企业的核心竞争力本身，于是为客户提供满意而值得信赖的服务就应该成为所有企业在各个环节的工作焦点。

作者简介

李建军：中国人民大学MBA毕业，现任北京曼特·阿肯集团服务总监及集团培训机构高级顾问。在加强客户服务管理和完善客户服务技能方面具有极为丰富的实战经验，并成功开设多期“金钥匙服务体系”课程。

<<服务力>>

书籍目录

序：服务是一种生活方式 服务力就是核心竞争力 一、服务不仅仅是产品维修 二、有形服务与无形服务 三、销售和服务的血脉关系 四、优质服务铸就品牌忠诚度 五、劣质服务使所有努力为零 六、好服务=高利润+低成本 客户需求与服务品质 一、掌握更多的客户需求信息 二、微笑服务的品质延伸 三、了解客户的期望值 四、客户需要的有形服务和无形服务 五、客户的个性化需求 客户服务的标准化流程 一、销售前服务 二、销售中服务 三、销售后服务 附录 企业服务流程图表 提升服务力的途径 一、全面打造服务竞争力 二、始终以客户为尊 三、持续提供优质的服务 四、提供个性化的服务 五、有效处理客户投诉 六、密切关注竞争对手参考文献

<<服务力>>

媒体关注与评论

产品同质化时代企业制胜的最后一张王牌，全新的客户服务理念，顶尖的客户服务方案，为所有致力于满足客户需求者提供的服务策略盛宴。

编辑推荐

被称为“全球第一CEO”的杰克·韦尔奇在其自传中写道：“公司不能保证你的饭碗。只有让顾客满意，才能保住饭碗。

”如何看待企业活动当中的客户服务工作？

如何把无形的服务变成有形的价值？

如何不断提升企业的服务力以便全面增强企业的整体竞争力？

这些问题已经成为这个时代最值得企业关心的问题之一。

本书就向你摊开“产品同质化”时代企业制胜的最后一张王牌，给你一份全新的客户服务理念，顶尖的客户服务方案，为所有致力于满足需求者提供的服务策略盛宴！

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>