

DISNEYLAND

迪士尼乐园 的成功奥秘

(日) 芳中 晃 / 著
张鸥 王晓萃 吕文辉 / 译



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

F719.5
FZH

迪士尼乐园的 成功奥秘



ディズニーランドはなぜお客様
の心をつかんで離さないのか

(日) 芳中 晃 / 著

张鸥 王晓萃 吕文辉 / 译

F719.5
FZH

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

芳中 晃: デイズニーランドはなぜお客様の心をつかんで離さないのか

Copyright © 2004 by Akira Yoshinaka

Originally published in Japan 2004 under the title DISNEYLAND HA NAZE OKYAKUSAMA NO KOKORO WO TUKANDE HANASANAINOKA by CHUKEI PUBLISHING COMPANY.

All rights reserved. Chinese language edition published by Publishing House of Electronics Industry arrangement with Pan Pacific Poly Company Limited.

本书中文简体字版由 Pan Pacific Poly Company Limited 授权电子工业出版社独家出版发行。未经书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2005-2113

图书在版编目(CIP)数据

迪士尼乐园的成功奥秘/(日)芳中 晃著; 张鸥, 王晓萃, 吕文辉译. — 北京: 电子工业出版社, 2005. 5

书名原文: デイズニーランドはなぜお客様の心をつかんで離さないのか
ISBN 7-121-01087-9

I. 迪… II. ①芳… ②张… ③王… ④吕… III. 迪士尼公司—企业管理—经验 IV. J997.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 028392 号

责任编辑: 韩丽娜

印刷: 北京智力达印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

经销: 各地新华书店

开本: 850×1168 1/32 印张: 6.5 字数: 100 千字

印次: 2005 年 5 月第 1 次印刷

定价: 16.00 元

凡购买电子工业出版社的图书, 如有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系。联系电话: (010) 68279077。质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

DISNEYLAND

每年游客流量约为2400万人次的东京迪士尼乐园，被誉为是“日本惟一成功的主题公园”。

迪士尼乐园为什么会如此成功呢？

因为它拥有服务的精髓来让游客满意；

因为它通过看不见的因素带给游客感动；

因为它注重后台建设来使服务更加完美；

因为它重视员工的教育和训练来不断提高服务的质量；

.....

因为这一切，游客脸上才永远洋溢着甜蜜的笑容；

因为这一切，游客才会源源不断地再次光临；

也因为这一切，迪士尼乐园才能成为全世界服务型企业的学习楷模。

· 作者简介 ·

芳中 晃

生于昭和28年（1953年）。现居住在日本千叶县市川市。

毕业于东京YMCA国际饭店管理学校，之后取得了Paul Smith大学饭店管理专业的应用科学准学士学位。从该校毕业后，又在佛罗里达国际大学饭店管理专业取得了理学士学位。昭和54年（1979年）7月进入美国迪士尼公司。

之后，就职于东方乐园股份有限公司。东京迪士尼乐园开业前，负责各项准备工作和试运行。随后，担任食堂部主任和宣传室主任。

从东方乐园退休后，主持了好几个大型主题公园的项目、管理和餐厅的开发。同时担任Travel Journal旅游专业学校的讲师。2004年开始，在日本饭店专科学校开设讲座。

装帧设计

站

13810333301

小马快跑



译者序

“一切都始于一只老鼠！”这是沃尔特·迪士尼生前最喜欢挂在嘴边的一句话。

的确，正是一只普通的米老鼠造就了整个迪士尼王国！但是，迪士尼乐园之所以长盛不衰的真正奥秘却在于它能够为顾客提供一套完整周到的服务，令顾客们纷纷在此流连忘返。

迪士尼乐园在全世界都拥有良好的口碑。这种好口碑是在迪士尼乐园完善周到的服务中体现出来的。事实上，迪士尼人

视乐园的口碑如同自己的生命。迪士尼乐园的演员把每一次演出都当成是首映，这里的每一块布景都经过了精心设计，这里的每一处设施也都和主题实现了完美的结合。迪士尼乐园的员工甚至接受了如何抱婴儿、如何微笑及如何上菜等方面的培训。迪士尼乐园发自内心的优质服务常常赢得客人的满意，有时还会带给他们感动。只要是游客所需，迪士尼乐园的员工都会竭诚以对，让游客获得上帝般的享受。因为迪士尼乐园知道，服务业的制胜之道就在于赢得回头客。诚然，人们不会经常去迪士尼乐园，但是他们却可以介绍自己的亲朋前去，抑或影响到自己的孩子，让他们长大后乐于跟自己的朋友或爱人去光顾。如何做到这一点，正是迪士尼乐园服务策略的根本。而这种良好的口碑效应则为迪士尼乐园带来了广泛的集客效果。

这些都是我们日常生活中所能听到、见到及了解到的迪士尼世界。但是，这个辉煌世界背后所蕴涵的却是迪士尼人对于服务的独特理解，他们把自己的这种理解散播到了企业的每一个角落。在迪士尼乐园，即使是仅工作一天的临时工，也要进行相应的职业培训。而为了让游客能够在乐园中产生身临其境的感觉，迪士尼乐园甚至会不惜巨资，打造完全真实的历史场景。这些是很难仅从表面就能了解到的事实。

作者芳中晃先生拥有在美国迪士尼乐园和日本迪士尼乐园工作的丰富经历，并借此为读者创造一个绝好的机会，让我们可以体会到迪士尼乐园的内部运营方式，感受到高质量服务的点滴细节，体味到一流服务的细致入微。此外，作者还结合了日本的服务现状作为参考，彻底剖析了其

中的不足。这无疑对于我国尚处于发展中的服务行业具有极大的益处。

张 鸥

2005年3月



前言

日本的服务行业只能算是“发展中国家”的水平。而原产于日本的主题公园竟被看做日本服务业发展中的一大败笔。究其根源，问题并不是出在实际提供服务运作的环节，而是由于企划、开发和经营等诸多环节上都存在着相当大的弊端。

在日本，人们在从事项目设计和实施的时候，更看中“具体的数值”和“具体的产品”。但事实上，真正的关键点却往往是那些“看不见摸不着的因素”。这一点在

服务性的行业尤为突出，它往往是成功与否的决定性因素。

本书将主要着眼于分析这些“看不见摸不着的因素”。当然，服务业成功的首要问题就是要“赢得回头客”。为了实现这个目标，书中结合具体实践对“看不见摸不着的因素”进行了归纳总结。本书如能有助于企业赢得更多的客户并对其成功有所裨益的话，笔者将感到荣幸之至。

2004年2月

电子工业出版社世纪波公司好书推荐

《凯蒂猫的商业奇迹》

肯·贝尔森 等著 16开 定价：28.00元

凯蒂猫系列产品为三丽鸥创造了近10亿美元的利润。三丽鸥向日本超过500家公司以及海外的数百家企业进行了授权。如今凯蒂猫独特的形象已经出现在约2.2万种不同的产品上，畅销40多个国家。本书介绍的三丽鸥的成功经验及失败教训有助于投资者更好地理解基于日本文化的独特的卡通形象及玩具业如何走向世界。而对于投资领域的新手而言，三丽鸥的故事则是研究日本过去30多年间经济兴盛、衰败历程的绝佳教材。此外，书中还介绍了品牌塑造、市场营销及专卖授权在吸引消费方面所显现的巨大力量，并进行了详尽的分析。

读者对象：企事业单位的管理人员、品牌推广和研究人员及感兴趣的相关人员。

《体验宝马》

(美)戴维·基利 著 16开 定价：35.00元

它并非是世界上规模最大的汽车公司，也未必拥有全球最多的销量，但每当被提及，总是能赢得无数人仰视的目光和由衷的赞叹，它就是宝马汽车公司！他并非是历史最悠久的汽车品牌，也未必拥有最豪华的装饰，但是他精巧严谨的设计、灵敏稳定的性能，以及随之而来的驾驶快感，使他成为真正的驾驶迷心目中永恒的梦想！这个伟大的公司是如何从弱小到壮大、历经风雨洗礼但前行的脚步依然铿锵有力？这个不朽的品牌是如何在市场站稳脚跟、几经波折但成长的势头仍然锐不可当？《体验宝马》让你体验其中的一切！

读者对象：公司管理者、品牌经营者及所有“宝马迷”。

《拥抱客户》

米切尔 著 16开 定价：25.00元

● 用智慧、经验和激情创造超级客户满意度——满意之余更有意外惊喜！

● 建立在“拥抱”——让客户超级满意和感动的个性化服务——基础上的独特经营理念，适合于任何有客户服务工作的企业与组织。

● 出版后获得通用汽车、人寿保险、银行等各行业的总裁的好评。

● 作者米切尔是米切尔 / 理查德服装店——美国业内最成功的服装店——的首席执行官，它们以超优异的服务吸引了许多家喻户晓的公司的首席执行官、总裁、业主、首席财务官、部门经理和企业家，包括通用电气、IBM、可口可乐、百事、大通银行……

读者对象：营销人员，面向客户的商业机构，企业客户服务人员。

《战略大客户管理的7个关键》

萨莉·舍曼 等著 孙路弘 译 16开 定价：24.00元

留住最佳客户，甩开竞争对手的完全攻略

● 万豪国际酒店集团、霍尼韦尔、摩托罗拉、IBM、3M、UPS……，本书以著名企业大客户管理最佳实践及诸多案例，说明如何管理重要客户及其关系，从而使他们更忠诚，贡献更多的利润以及持续地具备竞争优势。

● S4 咨询公司及 Miller Heiman 公司——当今在管理大客户和提供销售开发方案领域最领先的两家公司合著的本书将告诉你：大客户是公司生存之命脉，他们对公司的成败起着至关重要的作用。

客户服务

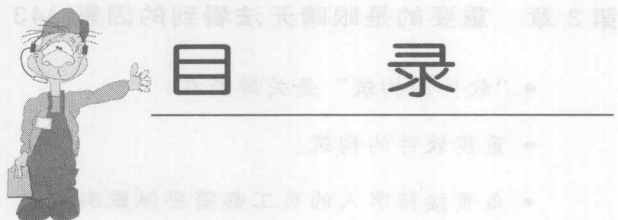
序号	书代号	书 名	定价 (元)	著 (译) 者	开 本
1	F0006730	让客户为你着迷	25	奇普·R·贝尔 等著	16
2	F0005900	俱乐部运营: 客户忠诚 计划的成功实践 (第2版)	28	巴斯彻 著	16
3	F0AA3200	客户管理计分卡	35	尼尔·伍德克柯 等著	16
4	F097980	拥抱客户	25	米切尔 著	16
5	F093190	战略大客户管理的7个关键	24	萨莉·舍曼 等著	16
6	F091750	顾客也疯狂	18	肯·布兰佳 等著	32
7	F088580	CRM·32个关键点	29	约翰·弗里兰 著	16
8	F091220	什么是客户关系管理	22	布赖恩·伯杰龙 著	16
9	F090000	不说不! 美国头号客户服务 公司成功之路 (第2版)	25	罗伯特·斯佩克特 等著	16
10	F085850	感悟: 顾客体验型公司成功 的奥秘	23	盖尔·汤姆 著	16

以上图书各大新华书店均有售, 或按如下地址咨询:

北京世纪波文化发展有限公司

(北京市海淀区翠微东里甲2号为华大厦)

邮编: 100036 电话: 010-68257773 E-mail: sjb@phei.com.cn



目 录

导 言 \1

第 1 章 迪士尼服务的精髓 \9

- 实现乐园主题的关键词“SCSE”：安全、礼貌、表演、效率。
- “人财”是企业的重要资产。

第 2 章 何谓真正的服务 \27

- 确保回头客。
- 增加服务附加值。
- 看不到的因素带给顾客一份感动。

第3章 重要的是眼睛无法看到的因素 \43

- “软件的构筑”是关键所在。
- 重视软件的构筑。
- 负责接待客人的员工都需要佩戴胸牌。
- 采取措施限制游客的入场人数。
- 采取入场限制以应对天气变化。
- 所有细节都体现出对公园主题的执著追求。
- 遵循实物至上理念。

第4章 后台的建设 \103

- 建立援助制度。
- 修建梦幻般的地下设施。
- 快餐店里独特的食品摆放顺序。
- 先进的物流设计和设施。

第5章 应该这样进行教育和训练 \133

- 真正为顾客提供服务的是中低层员工。
- 员工培训的关键在于教育和训练协调进行。
- 让他们认为“这儿最棒”的新员工培训。
- 吉祥物完美营造培训气氛。

- 不是“实施”面试而是“接受”面试。
- 提高服务的专业化意识。
- 做给他们看，说给他们听。
- 训练中要考虑因地制宜。
- 绝不能把顾客卷入训练中。
- 训练中也要引进心理学。
- 首先从提高短期工的稳定性开始吧。

结束语 \191