

【卓越服务的 30个习惯】

The 30 Habits of Great Service

中研国际零售商学院 策划 / 祝文欣 主编

产品同质化，品牌无实力，如何让顾客选择你？

顾客抱怨，投诉不断，销售无业绩，怎么办？

如何在顾客争夺战中独占鳌头，享有忠诚的“粉丝”顾客群？

本书为您提供感动顾客的金牌服务方案，让销售业绩倍增的实战技巧！

卓越服务的30个习惯，带您通往成功之路！



【卓越服务的30个习惯】

100

100





中国零售业提升业绩必选培训教材

卓越服务的 30个习惯

The 30 Habits of Great Service

中研国际零售商学院 策划 / 祝文欣 主编

中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

卓越服务的 30 个习惯 / 祝文欣主编. —北京: 中国发展出版社, 2008. 9

(中研零售商学院“人、店、货”系列丛书)

ISBN 978 - 7 - 80234 - 265 - 1

I. 卓… II. 祝… III. 商业服务 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 136227 号

书 名: 卓越服务的 30 个习惯

主 编: 祝文欣

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978 - 7 - 80234 - 265 - 1/F · 770

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京源海印刷有限公司

开 本: 700 × 980mm 1/16

印 张: 15.75

字 数: 208 千字

版 次: 2008 年 9 月第 1 版

印 次: 2008 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 1—6000 册

定 价: 35.00 元

咨询电话: (010) 68990625 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮件: drcpub@126.com

版权所有 · 翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

知识改变命运，学习成就未来

这是一个什么样的时代？

对于这个问题，众说纷纭。无疑，这是一个风云激荡的时代，也是一个机会频生、奇迹迭出的时代，更是一个人人都渴望成功而且有很多机遇成功的时代。

统观零售行业也是同样道理。人人都渴望成功，但是，透过时代的滤镜，纵使是成功者，不成熟者也不乏其人：或为语言上的巨人，实为实践上的矮子；或为财富上的富翁，却是精神上的乞儿；或在偶然中一跃龙门，却在零售业激烈的市场竞争中销声匿迹……

我们生存的时代可以称之为“五化”时代，即知识资本化、创新加速化、教育终身化、经济全球化、竞争白热化，要在这样一个时代中生存，学习是唯一的途径。唯有知识才能改变命运，只有学习才能成就未来。

首先，时代逼迫你学习。当今零售业市场，唯一不变的就是“变”，一是变化快，一日千里；二是变化多，千变万化。一个零售人员必须了解时代、把握时代，只有真正把握了时代的脉搏，才能不被时代所抛弃。诚如诸葛亮所吟唱的那样：“大梦谁先觉？平生我自知”！在 21 世纪，不学习的人，是废人；不充电的脑袋，是石头；不学习的组织，是坟墓！

其次，竞争逼迫你学习。虽然，自 20 世纪 90 年代以来，零售业已经是中国改革开放中变化最快且最具活力的行业之一，但进入 21 世纪后，我国零售业面临的是加入 WTO 后的巨大挑战。自 2005 年我国零售业全面对外开放，接踵而至的是沃尔玛、家乐福等世界一流零售企业的近距离竞争，中国零售业要突围、要崛起、要强大

必定要经历一场求新求变、脱胎换骨的转变。

最后，发展逼迫你学习。目前，数以万计的企业开始创建学习型企业，有自己的培训中心，千方百计地让自己的员工多学习、多充电，实现人才升值。美国 IBM 公司在本土每年花费 1 亿美元用于进行 130 万人次的继续教育；福特汽车公司每年要开设 2000 项有关人才培训内容。安于现状、不思进取的结果只能是不断贬值、被淘汰出局。无疑，不论对企业，还是对个人而言，不断学习是与时俱进、不断超越的唯一途径。

对于零售业从业人员来说，成功的标志究竟是什么？成功有无必然性？成功的必然之路在哪里？作为店长如何制订自己的职业规划，从而成为明日的富翁？作为督导如何做好自己的人生设计，从而步步为营，改变自己的命运？谁是卖场的上帝？顾客！如何抓住上帝的心理，使销售无往不利？如何成为一个优秀的教练式管理者？如何利用晨会达成一天的销售目标？店铺如何选址，如何规划，如何布局？“旺季取利，淡季取势”，面对销售旺季如何未雨绸缪，决胜旺季？面对市场淡季，如何拉动市场，火烧淡季……

针对上述种种问题，中研国际品牌管理咨询机构精心策划了专注于零售终端的中研零售商学院“人、店、货”系列丛书。本系列丛书围绕人员、店铺、货品，这零售终端的三大关键问题，分别阐述如何全面把握、有效利用这三大要素，不断提高终端销售业绩，力图给正在零售之路上探索、拼搏的零售业大军以强有力的支持与引导。

知识改变命运，学习成就未来。成功的实质，并不是战胜别人，而在于战胜自己。你不可能也不可以去阻止别人的进步，你唯一能够改变的就是自己。而改变自己的唯一道路就是学习！零售业的朋友们，当你明白了这一点，还犹豫什么呢？赶快阅读本系列书籍，让我们一起学习，一起进步吧！

祝文欣

2008 年 9 月

在工作和生活日益忙碌紧张的今天，良好的社会服务系统自然成为人们的期盼。然而，与这种期盼不相应的是，我国零售业提供的服务不仅门类偏少、总量偏低，而且质量也不高，服务消费多数情况下是一种无可奈何的消费，而不是积极和令人愉快的。

随着我国经济的发展和升级，一方面，零售业的大发展已经成为一种主流，其中潜藏着巨大的需求和发展空间。另一方面，随着 2005 年我国零售业全面对外开放，面对外资商业资本的快速进入，内资零售业面临的竞争压力进一步加大，服务领域的竞争也日益全球化、白热化。无论是为了产业的健康发展，还是应对激烈的市场竞争，最佳途径就是提升服务质量。那么服务究竟有何价值呢？

服务可以让顾客愉快，让顾客花钱不后悔，让顾客获得幸福感。

服务可以留住老顾客，产生好的口碑传播效应，吸引新顾客。

服务可以提升品牌价值，降低成本，使企业获得真正的竞争力，使企业做大、做强，基业长青。

心理学巨匠威廉·詹姆士说：“播下一个行动，收获一种习惯；播下一种习惯，收获一种性格；播下一种性格，收获一种命运。”习惯对每个人都发挥着至关重要的作用，甚至可以改变一个



人的命运。

因此，本书将为您导入通往卓越服务的30个习惯，全书分为6个部分，从认识服务的真谛，树立良好的服务心态入手，到店铺服务实务，包括：销售服务技巧、如何处理顾客投诉、如何实施售后服务等。全书内容涵盖店铺服务的方方面面，案例丰富，体例活泼，语言通俗易懂，帮您提升顾客服务技能与品质，赢得顾客的满意、经营的创新和企业的成长。

在零售服务日渐重要的今天，我们希望广大零售业人士能从这些服务技巧以及顾客管理知识中汲取有益的营养，学以致用，共同把中国的零售业打造成质量卓越和用户满意度高的产业。

卓越服务的 30个习惯

ZHUOYUEFUWU DESANSHIGEXIGUAN

目录

第一部分 理论篇：服务至上

第一章 一流的店铺，一流的服务	2
第一节 服务时代已经到来	2
★习惯1：把服务放在零售工作的首位	2
第二节 顾客价值，成败的秘密	4
第三节 销售、市场、服务一体化	6
第四节 开发零售服务的创意	7
第二章 完善店铺服务体系	9
第一节 构建店铺服务系统	9
第二节 做好售前、售中与售后服务	11
第三节 以提供完美服务为目标	14
★习惯2：服务永远超越顾客的期望	14
第四节 服务无小事	17



★习惯3：优质服务，赢在细节	17
----------------------	----

第二部分 准备篇：打造正确的服务态度

第一章 优质服务，意识为先	22
第一节 价值由服务创造	22
第二节 服务是件高尚的事	24
★习惯4：让服务成为一种习惯	24
第三节 让顾客快乐，就是让自己开心	26
★习惯5：乐在服务	26
第四节 不要仅把“顾客是上帝”挂在嘴边	28
第二章 点燃服务的激情	29
第一节 没有热情，能打动谁	30
★习惯6：对顾客充满热情	30
第二节 从“要我服务”到“我要服务”	32
★习惯7：积极主动，创造机会	32
第三节 全力以赴，直到顾客点头	34
第三章 尊重顾客，换来理解	36
第一节 尊重是一种美德	36
★习惯8：尊重每一位顾客	36
第二节 对顾客一视同仁	38
★习惯9：不要“以貌取人”	38
第三节 努力贴近顾客	41
★习惯10：牢记顾客的姓名	41
第四章 从内心感激顾客	43
第一节 顾客是你的“衣食父母”	43
★习惯11：对顾客心存感恩	43
第二节 顾客帮助你成长	45
第三节 顾客帮助店铺发展	47

第五章 将心比心,换位思考	49
第一节 对顾客不要过分挑剔	49
★习惯12:对待顾客要宽容	49
第二节 注重服务中的效率	51
★习惯13:高效服务,不让顾客多等1分钟	51
第三节 成功的服务是双赢	53
★习惯14:把服务视为帮助顾客	53

第三部分 实践篇:店铺服务实务

第一章 必不可少的商品知识	58
★习惯15:充分掌握商品知识,走在业绩前	58
第一节 熟记店铺陈列商品的特性	59
第二节 掌握不同商品适合的不同类型顾客	61
第三节 成为行业里的专家	63
第二章 做好良好礼仪的必修课	64
★习惯16:塑造专业职业形象	64
第一节 店员良好礼仪的标准	66
第二节 店员保持良好仪表的方法	68
第三节 店员站姿礼仪	70
第四节 店员走姿礼仪	72
第五节 店员坐姿礼仪	73
第六节 店员蹲姿礼仪	76
第三章 店员的服务语言的修炼	78
★习惯17:不断提升自我表达能力	78
第一节 服务语言的分类及运用	79
第二节 服务语言的特性	83
第三节 服务语言的应用技巧	85
第四节 店铺服务常用语和忌用语	89



卓

越服务的
30个习惯

第四章 没有规矩，不成方圆	91
★习惯 18：恪守待客规范	91
第一节 接待顾客的流程	93
第二节 接待顾客的一般原则	95
第五章 读懂顾客心理	97
第一节 解读顾客购买心理	97
★习惯 19：经常揣摩顾客心理	97
第二节 接待不同顾客的策略	99
第六章 构筑舒适温馨的购物环境	101
★习惯 20：把店面环境当家一样爱护	101
第一节 购物环境好就等于成功了一半	103
第二节 店铺布局的一般原则	104
第三节 商品陈列的五大黄金定律	105
第四节 保持每个角落都整洁	107

第四部分 技巧篇：成功向顾客做销售

第一章 创造亲切热情的开始	110
第一节 用微笑建立桥梁	110
★习惯 21：让微笑时时刻刻挂在嘴边	110
第二节 自信的肢体接触	113
第三节 运用赞美的力量	115
★习惯 22：发自内心地赞美顾客	115
第二章 销售服务开场的技巧	117
★习惯 23：满足顾客的潜在心理需求	117
第一节 “新”的产品	119
第二节 专案或计划	121
第三节 唯一性	122
第四节 重要诱因	124

第五节 简单明了	126
第六节 营造热销气氛	127
第三章 把握好谈判沟通的技巧	129
第一节 充满自信,把话说得肯定	129
★习惯 24: 自信,让你魅力倍增	129
第二节 不要命令顾客,要多询问顾客	132
第三节 倾听是一门伟大的艺术	133
★习惯 25: 学会积极倾听	133
第四节 拒绝时“对不起”和请求型语句并用	136
第五节 让顾客自己决定	137
第六节 清楚自己的职权	139
第四章 激发购买欲望的技巧	141
第一节 具备基本认知与观念	141
第二节 几种激发购买欲望的技巧	144
第三节 从细节处创造顾客的购买欲	148
第五章 询问技巧六原则	150
★习惯 26: 善于向顾客提问题	150
第一节 问题表的设计与运用	153
第二节 不连续发问	155
第三节 从顾客回答中整理顾客需求	157
第四节 先询问容易的问题	160
第五节 促进购买的询问方式	162
第六节 询问顾客关心的事	164
第六章 促成成交的技巧	167
第一节 替顾客做决定	167
第二节 有限的数量或期限	169
第三节 推销“今天买”	171
第四节 假设式结束法	173
第五节 邀请式结束法	175



第六节 法兰克式结束法	176
第七节 门把法	179

第五部分 解惑篇：处理顾客的投诉

第一章 不怕顾客有投诉	182
第一节 不要太在意顾客的一面之词	182
第二节 勇于承担责任	184
第三节 真切诚恳地接受投诉	185
第二章 顾客投诉的基本类型及相应处理	187
第一节 顾客投诉的基本类型	187
第二节 有效处理不同类型投诉	190
第三章 有效处置顾客投诉的技巧	193
第一节 化解顾客投诉的基本技巧	193
第二节 “说”的技巧	195
第三节 用道歉博得顾客好感	197
第四节 危机就是转机	199
第四章 建立顾客投诉管理体系	201
★习惯 27：把顾客投诉变成服务改进的工具	201
第一节 顾客投诉管理体系的内容	203
第二节 顾客投诉管理体系的权限划分	205

第六部分 终极篇：做好客户关系管理

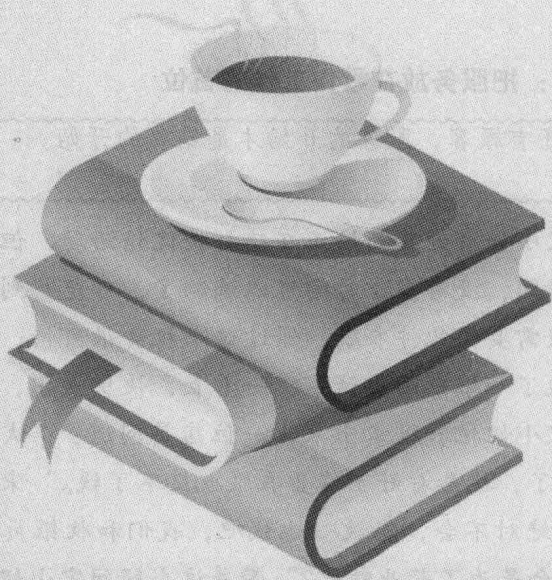
第一章 磁性服务，留人留心	208
★习惯 28：了解顾客喜好，定期联系顾客	208
第一节 访问顾客的方式	210
第二节 重视平日关心顾客	212
第三节 建立消费者顾问团	213

第四节	举办沙龙活动	215
第二章	留住具有价值的老顾客	216
第一节	顾客的终生价值	217
第二节	顾客挽留依据的制订	218
第三节	顾客挽留计划的因素	219
第四节	顾客挽留力量	220
第三章	售后服务，让店铺聚集更多的人气	222
第一节	售后服务的重要性	222
★习惯 29：	不能忽视的售后服务	222
第二节	创造文化比创造收入更重要	225
第三节	滚雪球效应	227
第四节	利用好回头客	228
第五节	卓越服务无止境	230
★习惯 30：	不断总结，不断提升服务质量	230

第一部分

理论篇

服务至上





卓

越服务的
30个习惯

第一章

一流的店铺，一流的服务

服务是令顾客满意的重要因素，它和成本一样重要，甚至比成本更重要。如果顾客得不到他所期望的或相对其他店铺更好的服务，他就不会成为回头客了。此外，顾客在店铺的体验会影响市场上大批顾客对该店铺的看法。服务竞争的时代已经来临，在这个时代中，谁拥有优质的服务，谁就拥有顾客和生存的基础。

第一节 服务时代已经到来

★习惯1：把服务放在零售工作的首位

顾客后还有顾客，服务的开始才是销售的开始。

——箴言

一天，宋小姐看到某商场正在搞打折促销活动，但当时已经接近商场的关门时间，没有多少时间可以选购了，可是想到过几天自己就要出差，正好需要买几件衣服，错过这个机会很可惜，于是，宋小姐走了进去，挑了一堆东西要试穿，一看表，快9点了，心想算了，下次再说吧。宋小姐把衣服拿出来，一位店员问道：“试着还合身吗？”“你们快下班了，就是看好了这套衣服也交不了钱。”宋小姐说道。那位店员说：“绝对不会，您放心地试吧，我们和收银员都会等您的。”“真的吗？不会是为了营业额吧？”带着这个疑问宋小姐匆匆将衣服试