

服务技巧第一书！

态度决定一切，好服务赢尽回头客

别笑， 这才是最牛的 服务

程艳芳◎编著

中国华侨出版社

013029122

服务技巧第一书

F274-49

12

态度决定一切，好服务赢尽回头客

别笑，
这才是最牛的
服务

程艳芳◎编著



北航

C1637524

中国华侨出版社

7274-49
12

图书在版编目(CIP)数据

别笑,这才是最牛的服务 / 程艳芳编著. —北京:

中国华侨出版社, 2012.9

ISBN 978-7-5113-2929-5

I. ①别… II. ①程… III. ①企业管理-商业服务

IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第220724 号

别笑,这才是最牛的服务

编 著 / 程艳芳

责任编辑 / 筱 雁

责任校对 / 王京燕

经 销 / 新华书店

开 本 / 787×1092 毫米 1/16 开 印张/17 字数/255 千字

印 刷 / 北京建泰印刷有限公司

版 次 / 2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-2929-5

定 价 / 29.80 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成大厦 3 层 邮编:100028

法律顾问:陈鹰律师事务所

编辑部:(010)64443056 64443979

发行部:(010)64443051 传真:(010)64439708

网址:www.oveaschin.com

E-mail:oveaschin@sina.com

前言

QIANYAN

当今社会的服务,不仅仅是对客户消费的一种回馈,更是决定着客户对企业印象以及决定以后是否继续光临的重要判断。因此,如何为客户提供优秀的服务是大多数企业急需解决的问题。

作为服务人员,应该如何抓住客户的心?作为服务主管,又该如何提升企业的整体服务水平?这是所有服务业人士都想知道的问题,然而,服务真的有秘诀吗?答案是肯定的。

现如今,世界上的企业越来越多,仅中国的民营企业就高达 5000 万家,服务人员更是数不胜数,然而如此多的企业中,却总有一些企业屹立商界,闪闪发光。

海南航空、沃尔玛、微软、苹果、海尔、阿里巴巴、奇瑞汽车、京东商城、奔驰公司、谷歌、松下电器、联邦快递、戴尔、惠普、迪斯尼公司……为什么这些企业可以站在各自行业的最顶端傲视群雄?答案很简单——优质的服务。上面所提到的任何一家企业,他们都拥有自己的一套服务模式与理念,奔驰在德国每 25 公里就有一个维修站、京东商城的平均退货速度为 3 天、苹果公司的在线服务风靡全球、微软集团以人为本的经营理念、迪斯尼公司我们的工作就是让你快乐的口号,等等,这些都是他们成功的秘诀。然而,他们的成功可以复制吗?答案依然是肯定的!

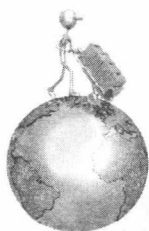
《别笑,这才是最牛的服务》一书,通过对数十家企业的解读,为广大读者展现了国内外数十家企业成功的秘诀,为广大服务人员与企业服务管理者提供了效仿的榜样。本书从各大企业的新闻、故事中分析出这些企业服务的精髓所在,并且通过缜密的分析和仔细的辨证来为广大读者提供一条思维的大道,再辅以切实可行的服务方法,实际地解决了企业服务水平无法提高的难题。

除此之外,本书还通过案例故事为读者展现出了在服务过程中服务人员遇到的一些关键问题,其中一些问题是常被服务人员所忽视的,还有一些是曾被提出但缺乏解决策略,该书针对广大服务人员以及服务管理人员,不但对服务中的一些常见问题进行了归类,而且对于每一种问题都提出了有效的操作办法,内容全面、实用性强,是新老服务人员和服务主管见微知著、提升业绩的必读之书。

熟读该书能够对服务人员与客户良好沟通产生实际的帮助,成为服务人员实现征服客户、完善业绩的起跳板。掌握正确的服务方法、技巧,培养事无巨细的心理才能在服务界有所作为,正所谓“一屋不扫难以扫天下”,服务环节在企业经营环节的重要性不言而喻,因此做好服务对企业的帮助也是十分巨大的。

希望这本经过精心编制而成的《别笑,这才是最牛的服务》一书能够为服务行业注入新的朝气和活力,为每一位用心的服务人员带来启迪和收获。

目录



国内篇

无法模仿的海底捞——主人翁般的服务精神

去海底捞的目的是享受服务	2
服务是最大的附加值	4
以热情支持服务	7
海底捞你学得会	10

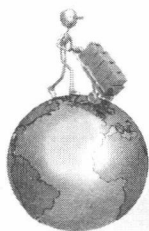
阿里巴巴——客户就是我们的“亲”

决定企业未来的是服务	15
做到卓越服务的秘诀	16
服务可以创造多少价值	18

奇虎 360——“我们要做的就是拼命讨好用户”

提供多少服务就能获得多少报酬	22
服务是产品的第二形态	24
服务文化无处不在	27
客户喜欢“增值”服务	29

	奇瑞汽车——服务无边满意有度,诚信为本终生朋友	
	努力提升服务品质	33
	服务让企业获得客户的忠诚	34
	海南航空公司——无微不至,做好细节服务	
	服务为海航带来新发展	39
	细节、安全服务两手抓	43
	给员工适当放权	48
	海尔集团——服务就是满足用户需求	
	海尔人的目标——“真诚服务到永远”	51
	烦恼留给自己,真诚留给客户	53
	服务是企业永远的责任	55
	海尔的特色服务护照	58
	京东商城——亲情 360 度全方位服务	
	服务是京东的发展根基	60
	创新的服务理念	61
	做到区隔服务	64
	格兰仕——让客户感动	
	通过努力让客户感动	68
	让客户感动,从董事长做起	70
	优秀的服务没有定式	72
	凡客诚品——服务有起点,满意无终点	
	服装界的服务竞争	75
	观察客户的个性	79
	了解客户的心理	85



国外篇

奔驰公司——一流的质量,一流的服务

奔驰发展史	96
用一流的服务创造一流的质量	101
服务需要跨文化	102

宜家——品质服务 = 核心竞争力

让购买家具变得更快乐	107
设身处地为客户着想	108
宁愿自己吃亏也不要让客户受累	109

微软——客户永远是对的

微软的前世今生	111
永远以客户为中心	114
客户有多少需求,微软就提供多少服务	117
随时掌握客户的反馈	118
微软离破产永远只有 18 个月	120

惠普——“我用心,您省心”

比认真更重要的是用心	126
服务标准一定要恰到好处	128
努力提高客户的满意度	129

联邦快递——强调人与服务的完美结合

有使命,必完成	132
根据客户的需求来量身定制方案	134
不要用忙来作为忽视顾客的理由	136

星巴克——随时随地服务客户

星巴克的服务理念	139
服务与营销之间有着致密关系	141
让服务向更广阔的空间延伸	143
星巴克的成功是否可以复制	145

雅芳——为女性生活增添新愉悦

粉红色策略漂染雅芳	147
外在美给人视觉冲击,内在美给人心灵体会	149
浅谈遇心服务和知心服务	150
服务的最高境界是人性化	152
企业想获利,可从个性化服务入手	154

希尔顿酒店——用微笑来对待上帝

微笑迎接每一位顾客,今天你微笑了吗	156
如何应对服务工作中的“怎么办”	161
“金无足赤,人无完人”,客户并非永远正确	165
优秀的服务态度是重中之重	169

宝洁公司——产品的品牌价值是我们永远的追求

宝洁的诞生之由	171
树立品牌意识	174
“象牙香皂”的诞生	176
品牌就是承诺	177

	麦肯锡咨询公司——服务精神永远生长	
	客户利益至上,公司利益其次	181
	提升与客户进行沟通的技巧	183
	提升客户的满意度	185
	创新是最有价值的服务方式	188
	诺基亚——让服务成为企业的核心竞争力	
	建设优秀的团队	191
	团队凝聚力的增强	193
	协作精神对团队的重要性	195
	多元化团队的沟通	196
	将团队打造成学习型的主力军	198
	打造团队创新力——企业永恒的话题	204
	迪斯尼公司——“让您快乐是我们的工作任务”	
	迪斯尼,真正的“欢乐巨人”	209
	将快乐转换成财富	211
	耐心体味:服务中蕴含乐趣	213
	马狮公司——百年老店之秘诀“以人为本”	
	马狮公司的发展史	216
	“以人为本”经营理念之分析	218
	将供销商作为一个重要角色来对待	221
	员工是公司的重要财富	223
	马狮集团“善于授权,用人不疑”	225
	米其林——将创新和服务完美结合	
	米其林轮胎——让奇迹滚动起来	230
	创造双赢业绩,打造贴心服务	233

只有提升服务质量,才有可能避免出局 235

不要忽视任何一位前来投诉的客户 237



戴尔——为客户创造最大的商业价值

服务的中心始终是客户 239

服务的宗旨——“利他” 242



摩托罗拉——全质量管理体系

用全质量管理体系来获取客户的完全满意 245

摩托罗拉的全质量服务 248

用对待情人的方法来对待客户 250

良好的职业操守至为关键 252

对每一位客户都提供最好的服务 255

为了信任,多做一点 257

国内篇

三人行必有我师，在国内，有很多十分成功的民营企业，他们大都是白手起家，依靠着自己优质的服务在竞争激烈的商界打出了自己的一片天地。然而，他们的秘诀是什么呢？我们从这些同胞的身上又可以学到什么？翻开下一页，这一切都将呈现在您的面前。从海底捞到海南航空，从阿里巴巴到凡客诚品再到京东商城，从奇瑞汽车到格兰仕电器，通过对这些企业故事与企业官方新闻的解读，你将会看到站在中国服务金字塔顶尖的那些企业是如何创造辉煌的。





无法模仿的海底捞

——主人翁般的服务精神

四川海底捞餐饮股份有限公司成立于1994年,是一家以经营川味火锅为主,融汇各地火锅特色于一体的大型跨省直营餐饮民营企业。

公司在张勇董事长确立的服务差异化战略指导下,始终秉承“服务至上、顾客至上”的理念,以创新为核心,改变传统的标准化、单一化的服务,提倡个性化的特色服务,将用心服务作为基本经营理念,致力于为顾客提供“贴心、温心、舒心”的服务;在管理上,倡导双手改变命运的价值观,为员工创建公平公正的工作环境,实施人性化和亲情化的管理模式,提升员工价值。

17年来,公司不断发展壮大,在北京、上海、天津、西安、郑州、南京、沈阳等全国多个城市拥有60多家直营店,4个大型现代化物流配送基地和一个原料生产基地,2009年营业额近10亿元,拥有员工一万多人。

去海底捞的目的是享受服务

近年来,关于海底捞的新闻越来越多,“ipad点菜”、“等待送美甲”等种种传闻不绝于耳。然而,这样一家来自四川简阳的火锅店,究竟是如何迅速火遍全国的?它又是如何从众多火锅品牌中异军突起的?有人认为,海底捞的服务管理是其独特的杀手锏之一,海底捞对于服务的重视已经渗透到了它运作的各个环节当中……

1. 让等待充满愉快

通常情况下,大家对就餐排队是十分厌烦的,因为当前快节奏的社会已经让人们或多或少的失去了应有的耐心,成为了“急性子”,不愿意把宝贵的时间浪费在等待吃饭上。除此之外,传统的等待只能干巴巴地坐在饭店的椅子上,稍微好一些的会给客人送上一份报纸或者免费的茶水,这让客户感到十分乏味。而海底捞却并不这样做,其通过一系列的创新举动使这个原本让客户怨声载道的等待时间成为了一种洋溢着快乐和满意的等待。当你在海底捞等待区休息的时候,热情的服务员会立刻为你送上西瓜、橙子、苹果、瓜子、茶水、花生、糖果、柠檬水、薄荷水等各种零食饮料,除此之外,海底捞还会提供扑克牌以及免费 wi-fi(无限网络覆盖)。更令人意想不到的是,来海底捞消费的女士可以享受免费的美甲服务,而男士可以享受免费擦皮鞋服务。就这样,原本枯燥无味的等待也会在吃喝玩乐中悄然而逝,也正因为如此,海底捞的排队等待也成为了一大特色和招牌。

2. 让每个服务环节都洋溢着光芒

海底捞最为人称赞的地方还是它的服务环节,从停车泊位到等待、点菜、中途上洗手间、结账走人等整个吃饭流程的各个环节,海底捞都处处体现了对服务的重视以及对服务人员培训的投入。

(1)为客人省钱的点菜服务:如果在海底捞用餐的客人点菜时超过了该桌可食用量,服务员就会及时地提醒客人少点一些,以免浪费。试想一下,如果你在消费的时候服务员也这样全心全意地为你着想,从你的角度出发,你是否也会从心底感到温暖?此外,服务员在点菜时还会主动提醒客户,各式的食材都可以点半份,这样一来,同等的价钱就可以享受平时两倍菜品种类了。

(2)及时到位的席间服务:服务员在席间会主动为客户更换热毛巾,而且次数绝对在两次以上;会给长头发的女士提供橡皮筋来箍头、提供小发夹来夹住刘海;给带手机的儿童提供精美的塑料袋装手机以免手机进水;给戴



眼镜的客人提供眼镜布。当然,海底捞最靓丽的风景线还是无论男女老少都穿着样式统一的围裙,这也是海底捞的特色服务——为客户提供围裙。此举充分体现了海底捞在服务上的细心以及为客户考虑得周到,穿围裙一方面是可以避免汤汁洒到客户的身上,另一方面可以阻截火锅的味道,防止衣服上散布火锅的气味。

(3)暂时充当儿童保姆:带孩子去吃饭的父母总是会遇到这样一种尴尬的情况——淘气的孩子在吃饭的时候四处捣乱,让原本美味的食物变得索然无味。为此,海底捞特地创建了一个儿童天地,让孩子们可以在儿童天地中快乐地玩耍,让父母全身心地享受美食;除此之外,服务员还可以免费带孩子玩一会儿,可以帮助父母给孩子喂饭,让父母安心吃饭。

(4)星级卫生间服务:海底捞的卫生间不仅卫生干净而且装饰得十分典雅,并且配备了一位专职人员为客户洗手之后递上纸巾擦手。

(5)给客户一些小赠品:一般饭店在客户吃完饭后会送上一个小果盘,但是在海底捞,如果你向服务员提出要两个果盘的要求,服务员也会面带笑容地说没问题,然后立刻从冰箱中拿出果盘给你奉上。除此之外,服务员有时候还会随机地送给客户一小袋豆子。虽然这些小恩惠并不值钱,但是服务员的大方却在客户心中留下了满意和温暖,会在客户心中种下“下次还来”以及“推荐给朋友”的种子。

服务是最大的附加值

企业想要生存发展,主要依靠的就是两个方面:一个是产品,第二个是服务。产品是硬件,服务是软件。像所有行业一样,以往的餐饮企业对于产品的重视程度远远高于服务,然而在产品同质化、追求个性的当前社会,还有什么能够造成企业与企业之间的差异化?还有什么能区分企业与企业之间

的不同?只有服务!现如今,服务对企业的生存与盈利起着决定性的影响。

当今社会,竞争最为激烈的是什么呢?有人说是人才之间的竞争,有人说是产品之间的竞争,还有人说是产品的竞争,但是海底捞告诉你,服务才是21世纪最大的竞争力,把时间和精力放在服务上的理念,来源于海底捞老总张勇的创业经历。

当年海底捞开业之后,生意一直很差。有一天,张勇观察到有一个人每天都会路过海底捞店门口,因为他就住在海底捞的楼上。而事实上,这个人还有十几个朋友都在楼上住,他们非常喜欢吃火锅,但是每次都是在其他火锅店吃。他们不是没有想过去张勇店中尝试一下,但是每次看到海底捞门店里根本没有客人,他们也就没有兴趣再进去了。为了拉拢这一批客户,张勇想了一个办法,他开始每天站在楼梯门口等这位客人。他打听到这个人姓魏,于是他每次看到这个人下楼的时候就会十分热情地上前打招呼:“魏大哥好!”每天都是这样,终于有一天,这位魏大哥碍不过情面走进了张勇的店中。这让张勇十分兴奋,他赶忙热情地招待人家,但是魏大哥吃完之后说了一句泼冷水的话:“你们的火锅实在不怎么好吃。”但是具体哪里不好吃,魏大哥也说不清楚。

虽然没有找到自己的问题出在哪,但是张勇还是得到了一条十分有用的消息。魏大哥在吃饭的时候无意间提起了一件事,说其他火锅店有一种祖传秘制香辣酱,而火锅之所以好吃,就是因为有这种香辣酱。但是张勇也知道,这种所谓祖传秘制的香辣酱根本没有那么神秘,不过是商家吸引客户的一个噱头。而他们的香辣酱之所以好吃就是因为进货商提供的酱质量比较好。经过苦苦的寻找,张勇终于找到了魏大哥说的那种香辣酱,并让自己的太太亲自给魏大哥送了上去,让他尝一尝是不是和他所说的那个香辣酱味道一样。这个举动让魏大哥十分感动,自然而然地,跟他在一起的十几个人成为了海底捞第一批忠实的客户。



张勇对他早年的这段经历进行了总结。他认为,当时之所以可以让魏大哥成为自己的忠实客户,就是因为自己的服务态度真诚。当客户需要服务的时候,尽量快的满足客户的要求;当客户觉得不满意的时候,就多赔一些笑脸,只要有真诚和热情,再加上优质的服务,就能够牢牢地抓住客户的心。正是靠着这一点,3个月之后,海底捞的客户渐渐多了起来,而且逐渐出现了排队用餐的现象。慢慢地,海底捞的生意越做越大,最后竟然成了简阳最大的一家火锅店,还在简阳开设了第一家分店。

早年的经历让张勇获益匪浅,他发现,在附加值比较低的餐饮服务业,已经被倡导了许多年的客户至上并没有引起大多数同行的重视。而这也让他确定了海底捞的企业宗旨——服务为上。在张勇看来,服务是海底捞大获成功的最大的原因,而服务也是与同行竞争的最有力武器。

在竞争激烈的餐饮市场中,因为众口难调,想要成为给所有客户一种满意的体验,让所有的客户都称赞的饭店已经越来越难,但是海底捞却做到了,而且做得更多。打造最完美的服务已经成为了海底捞的企业文化,将服务至上的理念奉为海底捞立店之本,让服务成为自己与同行之间最大的差异更成为了海底捞最有力的市场竞争武器。海底捞,正在凭借着这一点逐渐成为行业的领头羊,而它的生意自然也是越做越红火。

有些目光短浅的人认为服务是一种出力不讨好的浪费。其实这种观点是完全错误的,因为无数的事实已经证明:服务质量是区分一家公司与另外一家公司、这种产品与那种产品的重要因素。在高度竞争的市场经济之下,没有任何一件产品可以远远地把竞争对手甩在身后。但是,优质的服务却可以有效地区分两家企业。一旦你为客户提供了优质的服务,那么你无疑就会比你的竞争对手更有竞争优势。因此,从某种角度上来说,服务就是企业的一种隐性产品,也是直接影响企业业绩的一个产品。

我们随便翻开一些研究成功企业的书籍就会发现,那些企业都是将服