

[美] 保罗·R.蒂姆

Paul R. Timm

◎ 著

丁朝阳 黄载曦

◎ 译

留住你的

客户



Liuzhu Ni de Kehu

让客户满意的技巧
是任何事业成功的万能钥匙。
本书提供了100个金点子，
只要你灵活运用它们，
一定会留住更多的客户。



西南财经大学出版社

[美] 保罗·R. 蒂姆
Paul R. Timm

◎ 著



留住你的客户

Liuzhu Ni de Kèhù

丁朝阳 黄载曦 ◎ 译



西南财经大学出版社

50 Powerful Ideas You Can Use to Keep Your Customers, 2nd Ed., ©
1995 Paul R. Titum, Ph.D. Original English language edition published by Career Press, 3 Tice Rd., Franklin Lakes, NJ 07417 USA.
本书版权合同已经向四川省版权局申请登记
登记号:图引字 21-2001-052 号

留住你的客户

(美)保罗·R. 蒂姆 著
丁朝阳 黄载曦 译

责任编辑:何 静

封面设计:喜悦无限设计工作室

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www.xcpress.com/
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮 编:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	郫县犀浦印刷厂
开 本:	880mm×1230mm 1/32
印 张:	7
字 数:	113 千字
版 次:	2002 年 5 月第 1 版
印 次:	2002 年 5 月第 1 次印刷
书 号:	ISBN 7-81055-953-2/F·793
定 价:	16.00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷,装订等差错,可向本社发行部调换。
3. 本书封底无防伪标志不得销售。

前 言

很多组织机构存在着形式主义,其具体表现常常让我感到吃惊。

每个公司都知道顾客的重要性,很多公司还提出了“顾客第一”、“顾客永远正确”这样的口号。但是,有多少公司将这些口号和良好的愿望转变为实际的、每天的行动来获得终身顾客呢?事实上,这样的公司并不多。

那些认真对待顾客、采取各种措施来赢得顾客的个人和公司将获得巨大的收益。这真是一个令人振奋的好消息。

这本书和我的另一本书《保有顾客的 50 个绝招》都是我为那些想建立更满意的客户关系和想在事业上取得更大成功的人所做的一点贡献。

当你阅读此书时,你的目标就是立即使用书中提到的五六个绝招,下个月你再使用另外的更多的绝招,再下个月……你要努力尝试各种新方法,然后看

留住你的客户

看它会带来什么样的效果。在这一过程中,你开始掌握不断提高自身能力的窍门。

谨以此书献给那些相信成功的道路上没有捷径,但愿意为之奋斗的人!

作者简介

保罗·R. 蒂姆(Paul R. Timm)博士写过 30 多本关于客户服务、人际关系、交流和自我管理的书和大量的文章。他曾获得佛罗里达州立大学(Florida State University)组织交流博士学位,现担任杨百翰大学(Brigham Young University)玛里特管理学校(Marriott School of Management)管理交流系主席。

作为一名活跃的咨询者和训练者,蒂姆和遍及北美的、来自不同组织的数千人合作过。他撰写、出版的六种录像带节目在全球销售,其中包括《客户服务的力量》、《成功的自我管理》和《留住你的客户的 50 种方法》等。蒂姆也为受欢迎的事业出版社撰稿,如《保住你工作的 50 种方法》和《赢得新客户的 50 种方法》等。

目 录

上篇 留住你的客户 ——你可以使用的 50 个金点子

第一部分 服务——事业成功的万能钥匙 /3

你的客户是谁？他们能为你做些什么？ /4

内部客户和外部客户 /4

当客户除了和你交易外别无选择时，你为什么还要提供优质的服务呢？ /6

好消息和坏消息 /9

失去客户的可怕代价 /11

再见，威廉姆斯太太 /12

对此事，那些职员会想些什么呢？ /13

损失并不只是失去一名顾客 /14

取代这些顾客要花多大的代价？ /15

为什么说失去顾客意味着失去工作？ /16

留住你的客户

- 把威廉姆斯太太这一事例应用到你的公司 /17
- 一线队伍改变一切 /18
- 算一算你为失去顾客所付出的代价 /18
- “顾客期望超值附加(E-Plus)”的魔力 /20
- 顾客行事的缘由 /20
- 顾客的期望——至关重要的因素 /22
- 对不同生意的不同期望 /24
- 为什么顾客的忠诚来自于“顾客期望超值附加(E-Plus)”？ /26
- 服务的革命开始了 /30

第二部分 任何人都可以使用的金点子 /31

- 金点子 1:像招呼客人一样招呼顾客 /32
- 金点子 2:用你的眼睛和顾客交流 /33
- 金点子 3:微笑 /35
- 金点子 4:打破僵局 /36
- 金点子 5:让顾客自己动手 /37
- 金点子 6:注意个人的外表和修饰 /38
- 金点子 7:检查你的工作区域的“外表” /40
- 金点子 8:运用良好的打电话的技巧 /42
- 金点子 9:说“请”和“谢谢” /43
- 金点子 10:欣赏他人及其差异性 /44
- 金点子 11:称呼别人的名字 /45

目 录

- 金点子 12:不单要用耳朵听话 /46
- 金点子 13:预先考虑顾客的需要 /47
- 金点子 14:伸出你的手去接触顾客 /48
- 金点子 15:给人以慷慨、真诚的赞美 /49
- 金点子 16:搜寻消极的反馈 /50
- 金点子 17:注意安排你的时间 /52
- 金点子 18:向顾客解释产品应该如何操作 /53
- 金点子 19:让客户安心地和你做生意 /54
- 金点子 20:在许诺的范围内提供更多的服务 /55
- 金点子 21:掌握“矫正”的技巧 /56
- 金点子 22:消除“抱怨成癖者”的怒气 /59
- 金点子 23:告诉客户你是怎样解决他的问题的 /61
- 金点子 24:和“顾客期望超值附加(E-Plus)”保持一致 /62
- 第三部分 经理可以使用的金点子 /64
- 金点子 25:确立一个客户服务主题,让每个人都积极参与 /65
- 金点子 26:奖赏正确的行为 /69
- 金点子 27:培训和再培训员工的工作能力 /72
- 金点子 28:用明确的措词说明禁忌 /76
- 金点子 29:援救被不讲道理的顾客纠缠的

留住你的客户

员工 /77

- 金点子 30:让你的员工休息一下 /78
- 金点子 31:准备合适的原材料 /78
- 金点子 32:知道上哪儿征募新手 /79
- 金点子 33:建立相互关爱的企业文化 /80
- 金点子 34:充实员工的工作 /81
- 金点子 35:树立长远的观点 /83
- 金点子 36:承认和鼓励员工 /84
- 金点子 37:跟踪过去的客户服务行为 /89
- 金点子 38:利用嬉戏和娱乐 /90
- 金点子 39:组建考察团 /91
- 金点子 40:形成用户群 /91
- 金点子 41:利用中心群体 /92
- 金点子 42:有规律地通信 /95
- 金点子 43:经常问自己“我干得怎么样?” /96
- 金点子 44:让他们感到特别 /96

第四部分 销售人员可以使用的金点子 /98

- 金点子 45:说明产品的特点和好处 /99
- 金点子 46:努力增加附加品的销售 /100
- 金点子 47:交易后,要和客户保持紧密的联系 /100
- 金点子 48:请客户介绍买主 /101
- 金点子 49:保持将销售视为事业的积极态度 /102

目 录

第五部分 第五十个总结性的金点子 /104

金点子 50:运用 /105

第六部分 将好意转化为有效的客户攻略 /106

将口号转化为策略 /115

客户调查 /115

下篇 赢得新顾客 ——你可以使用的 50 个绝招

第七部分 赢得顾客的“舞步” /123

他们的生意出了什么问题? /124

赢得顾客需要跳“两步舞” /127

第一个舞步 /128

第二个舞步 /129

第八部分 吸引新顾客的绝招 /130

绝招 1:充满感激的态度 /131

绝招 2:不要勉为其难 /132

绝招 3:对公司做一次全面调查 /133

绝招 4:不要评价顾客,相信你会做得更好 /135

留住你的客户

- 绝招 5:照照镜子 /137
- 绝招 6:审视一下你的工作环境 /138
- 绝招 7:向未来的顾客传授相关知识 /139
- 绝招 8:展示你的商品或服务 /140
- 绝招 9:培训员工 /141
- 绝招 10:表现出你很重视顾客满意度 /142
- 绝招 11:正确使用电话 /143
- 绝招 12:使用口头语和大众销售渠道 /145
- 绝招 13:寻找下一个顾客“候选人” /146
- 绝招 14:他告诉了两个朋友,然后…… /147
- 绝招 15:不仅仅是业务名片 /149
- 绝招 16:利用新的科技手段 /150
- 绝招 17:列出并保留一个顾客“候选人”名单 /152
- 绝招 18:做一个“好公民” /154
- 绝招 19:树立一个广告形象 /155
- 绝招 20:宣传你的成功 /156
- 绝招 21:在电话号码簿里占据一席之地 /157
- 绝招 22:举办商品展示会 /158
- 绝招 23:和其他公司开展联合促销活动 /160
- 绝招 24:出版一本书 /161

第九部分 激励顾客的绝招 /163

- 绝招 25:向老主顾提供优惠券 /164

目 录

- 绝招 26:送一件礼物给你的新顾客 /165
- 绝招 27:尝试一下挨家挨户式的销售方式 /166
- 绝招 28:尝试着写信给顾客 /166

第十部分 留住老顾客的绝招 /169

- 绝招 29:提供“顾客期望超值附加(E-Plus)” /170
- 绝招 30:提供价值附加 /176
- 绝招 31:提供信息附加 /177
- 绝招 32:更快的速度 /178
- 绝招 33:人性化的服务 /179
- 绝招 34:一点“甜头” /182
- 绝招 35:便利附加 /183
- 绝招 36:小心每一个“关键点” /185
- 绝招 37:办公室里的友好气氛 /187
- 绝招 38:了解你的“A级”顾客 /188
- 绝招 39:预知顾客所需 /189
- 绝招 40:让顾客宾至如归 /191
- 绝招 41:尝试不要销售员 /192
- 绝招 42:用心倾听 /193
- 绝招 43:训练自己的谈吐 /194
- 绝招 44:站在商业时尚的前沿 /195
- 绝招 45:做一名“侦察员” /195

留住你的客户

第十一部分 找回失去的顾客的绝招 /197

绝招 46:一定要让员工知道失去顾客的代价 /198

绝招 47:重树信誉 /204

绝招 48:认真听取顾客的意见 /206

绝招 49:不要轻易放弃被你“得罪”的顾客 /206

绝招 50:道歉,然后改正 /209

后记 /211

上篇

留住你的客户

——你可以使用的 50 个金点子

第一部分

服务
——事业成功的
万能钥匙