

FUWU YINGZAI

XIJIE HE FANGFA

做服务不仅要有大战略、
大规划，而且也必须注重细节，注重方法。



服务赢在 细节和方法

企业成败，关键就在于服务的细节和方法

Fuwu

颜进◎编著

服务的本质就是自我营销，要做好这一点，就必须注重细节。不要总是好高骛远地想去做大事，而要有从小事做起的心态。能着眼长远是必须的，但是着眼长远的前提就在于立足细节。要学会在细节上了解顾客，知道顾客的类型和需求，同时也要在细节上强过竞争对手。

 中国纺织出版社

FUWU YINGZAI
XIJIE HE FANGFA



服务赢在 细节和方法

企业成败，关键就在于服务的细节和方法

Fuwu

颜进◎编著

 中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

服务赢在细节和方法/颜进编著.

—北京:中国纺织出版社,2007.9

ISBN 978-7-5064-4481-1

I. 服… II. 颜… III. 服务业-经济管理 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 103899 号

策划编辑:苏广贵 责任编辑:王延丰

责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

北京世纪雨田印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2007年9月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:17

字数:210千字 定价:29.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前言

做服务不仅要有大战略、大规划,而且也必须注重细节,注重方法。

对于服务人员(服务员、售货员、推销员)来说,服务的成败关键在于细节。必须在细节上体现服务人员的精神,在细节上展示自己的良好形象。服务的本质就是自我营销,要做好自我营销,就必须注重小节。不要总是好高骛远地想去做大事,而要有从小事做起的心态。能着眼长远是必须的,但是着眼长远的前提就在于立足细节。要学会在细节上了解顾客,知道顾客的类型和需求,同时也要在细节上强过竞争对手。其实,人们常常会根据一些细节来形成对一个人的判断,他们往往关注一张白纸上的一小黑点,或者关注一张黑纸上的一个小白点,而忽略了大部分,顾客也是如此。

我们要学会在细节上提升自己,不要因为事情太小就不重视。大海之所以博大,就在于地势很低,很多小溪流都汇入其中。事实上,很多看起来很小的事情到最后往往会影响全局。要注重服务知识的一点一滴的积累和好习惯的日渐养成,同时还要学会细心观察。这些都需要我们在细节上下足工夫。不要因为自己做的事情小而灰心丧气,要知道再小的事情如果能够坚持做好,也会形成很大的成就。注重细节还要学会将复杂的事情简单化,简单的事情重复做,其实,很多成功人士都是在琐碎的小事中培养了自己的大气魄。

在服务中,要学会在细节上增进顾客信任度。注重细节首先就不能将顾客的事情当做小事,顾客的小事对于销售服务来说也是大事,要学会重视顾客提出的事情。在现实生活中,很多不成功的服务人员就是把顾客的事情看得太小,所以引起顾客的诸多不满,一件小事情往往演变成了一场大风波。注重细节还要注意言谈举止,要在细节上关心顾客,不要总是想着表达自己的主张,而应该善于倾听和询问。要让顾客深切地感受到你的努力,这就是你值得顾客信任的理由。

好的服务源于好的方法。实践证明,有六种基本方法值得在服务顾客中反复运用。一是让顾客共同参与,这样顾客容易体会更深;二是换位思考,学会站在顾客的角度上考虑问题;三是不推卸责任,推卸责任很难赢得顾客的信任;四是不回避产品和服务的缺陷,我们的服务虽然不是完美的,但我们一直在努力;五是管理好自己的时间和目标,这是提供良好服务的保障;六是善于询问,善于向顾客征求意见,这样会给顾客自尊的满足感。

在处理顾客抱怨方面,必须注意方法。首先必须承认一个前提,不管自己多努力,抱怨都是在所难免的。其实很多时候有了抱怨才有了改进服务的可能。处理顾客抱怨必须运用同理心,人同此心,心同此理,而不要直接去反驳顾客。要学会运用自尊和尊重去化解顾客的抱怨,将顾客的抱怨转化为销售的助力。同时,同样的错误不要犯第二次,否则很难得到顾客的谅解。

在保障顾客满意方面,要有高的追求。要去追求顾客的非常满意,这样不仅容易赢得更多的回头客,而且顾客还会主动为你介绍新顾客。保障顾客满意还要学会超越产品,去分享顾客的欢乐和忧伤,



要学会让顾客感动。被感动的顾客自然会对你形成一种忠诚。其实,为了让顾客非常满意,其根本就在于成为顾客的朋友,用自己的真心去换取顾客的真心。这样做说难也难,说不难也不难,关键看你是否真的用心去做。

本书主要是讲细节和方法,但并不否定大局和战略。相反,正是在肯定大局和战略的前提下,运用细节和方法才能让我们掌握大局,实施战略。对于从事服务的人员来说,做好服务的基本要素就是两个:一是细节,二是方法。两者结合起来,共同运用,方能起到很好的效果。

我们在运用细节和方法的时候,一定要注重顾客的感受。法无定法,顾客满意的方法才是好方法。本书强调的一些细节和方法都已经过实践反复证明是正确的,值得参考的,希望能够对广大从事服务的人员有所帮助。

是为序。

编者

2007年7月

目录

contents



- 1 / 第1章 服务成败的关键在细节
- 4 / 细节见精神,做好自我营销
- 11 / 要有从小事做起的心态,不要好高骛远
- 21 / 通过细节了解顾客
- 29 / 在细节上强过竞争对手
- 35 / 人之常情:白纸和黑点
- 42 / 立足细节,着眼长远
- 49 / 第2章 在细节上注重自我提升
- 52 / 不以善小而不为,不以恶小而为之
- 59 / 注重服务知识和能力的自我积累
- 64 / 养成注重细节的好习惯
- 72 / 细心观察和认真学习
- 78 / 复杂事情简单化,简单事情重复做
- 85 / 在琐碎的事中培养自己的大气魄

91 /	第3章 在细节上增进顾客信任
93 /	把顾客的小事当大事
100 /	时刻注意言谈举止
108 /	在细节上关心顾客
115 /	多听少说是艺术
123 /	让顾客感受到你的努力
129 /	给顾客信任自己的理由
137 /	第4章 好的服务源于好的方法
139 /	让顾客共同参与
147 /	换位思考
152 /	不推卸责任
160 /	不回避产品和服务缺陷
168 /	管理好自己的时间和目标
173 /	积极响应顾客
181 /	第5章 处理顾客抱怨的方法
183 /	抱怨在所难免
190 /	有抱怨才有改进的可能
198 /	运用同理心,不要直接反驳
205 /	运用自尊和尊重化解抱怨



212 / 化顾客抱怨为销售助力

218 / 同样的错误不要犯第二次

227 / 第6章 保证顾客满意的方法

229 / 不仅要满意,而是要非常满意

236 / 超越产品,分享顾客的欢乐和忧伤

242 / 让顾客感动的方法

248 / 让顾客忠诚的方法

252 / 让顾客介绍新顾客的方法

259 / 如何成为顾客的朋友

第 1 章

服务成败的关键在细节



服务的好坏关键在于细节,这就要求提供服务的企业和人员做好自我营销。对于具体的服务人员来说,要想在细节上体现精神,就必须有自己恪守的原则,比如诚信。对于服务人员来说,最核心的一句话就是:细节见精神。在细节处表现出来的精神往往能够让人更加敬重。我们不要总是指望大的成功,大的成功也是来自细节的积累。拥有大成功的人往往也拥有大的气魄,但是大的气魄绝对不是一朝一夕能养成的,而需要日积月累,需要在琐碎的事中锤炼。服务人员要想获得较大的成就,必须通过多方面努力,其中一个最基本的方面就是营销自己,而树立良好的形象是营销自己的必要条件。服务人员在面对顾客时一定要把握主动。服务人员应该从关注每一个细节开始,在细节处注重自己的言行,不要让忽略细节成为自己成长的障碍。其实,对于顾客来说,他没有时间去综合考虑一个服务人员对他所提供的服务好坏,他也没有时间去顾全大局,相反他会去关注一些自己认为值得关注的细节。因此我们经常会听到这样的话:连这样的一点小事都做不好,还能做什么?虽然这是顾客的偏见,但却是服务人员不可忽视的事实。

做服务,向顾客提供一流的服务,并不是一朝一夕、凭借自己的一厢情愿就可以完成的,对此要有从小事做起的心态,不要好高骛远。一心只想做大事,对小事不屑一顾的人最后往往什么事情都做不了。人在做小事时往往是能见到其精神的,而做大事的精神和做小事的精神是相同的。如果对小事能够以一种认真负责的态度去做,那么做大事情必然会更加认真负责。同时,对于一个人来说,如果在小事上不斤斤计较,不患得患失,那么久而久之就能培养出一种气度,一种品格。这种大气度和品格是以后做大事的基础。服务人员应该有吃亏是福的精神。其实人吃亏去做事情只是把自己放在一个更低的位置,在这个位置上,人所接触到的东西往往会更加全面,基础也会打得更加扎实。从小事做起,就应该领会时刻都是新的开始。过去的事已经发生,已经过去,现在的每一个时刻都是崭新的,都是值得期待和追求的。在服务顾客的时候,一定要有从小事做起的心态,要保持始终如一的精神状态。

服务人员要想更好地服务顾客,就必须了解顾客的需求。虽然已经有很多很成熟的理论来说明人的需求,但是针对每一个顾客来讲,他们的需求是千差万别的,因此必须通过细节来观察他们的需求。服务人员通过细节来观察顾客的需求,就应该通过细节来满足这些需求。如今顾客需要的更多是一种个性化服务,这种服务不仅能够满足顾客的需求,而且能让顾客倍感尊重。不同的顾客,往往有不同的需求,服务人员需要在细节上观察顾客的需求。在服务过程中,服务人员不仅要做到业务精通,口齿伶俐,还必须做到善于察言观色。在服务过程中,通过细节来了解顾客,还需要格外地仔细和小心。顾客的需求是千差万别的,服务人员很难在所有时间都能准确地判断出他们的需求。在无法作出准确判断的时候,服务人员可以重点把握一个心理:从众心理。

顾客对服务是否满意,除了自己的感受以外,还会与自己的经验做个比较。在做服务的时候,固然应该有自己的的一套服务满意的衡量标准,但更为关键的是:这一标准要比竞争对手的强。对服务人员来说,要在细节上比竞争对手强,就要在产品或服务的质量上下工夫。顾客往往会用自己的经验来进行

评判,在这个时候,如果自己的服务质量比不上竞争对手的质量,顾客会很难接受。要在细节上比竞争对手强,就要掌握向顾客提供服务的办法。例如向顾客介绍商品,是一项技术性很高的工作,不但要求服务人员熟知商品情况,也要了解顾客心理,这样才能调动顾客的购买欲望。要在细节上比竞争对手强,就要对竞争对手比较熟悉。在细节上强过竞争对手,就要使自己保持一种比较开放的心态。在为顾客提供服务的过程中,我们不能闭门造车,也不能盲目塞听。要在细节上强过竞争对手,内心就必须十分光明和开放。不怕竞争对手目前比自己强,只怕自己对竞争对手的强大视而不见,甚至嗤之以鼻。要想超越竞争对手,首先就应该向竞争对手学习。只要竞争对手有值得学习的地方,都应该好好学习。

顾客其实看到的是很少的东西,虽然让他作出判断的因素很少能够代表企业提供的全部,但是几乎所有的顾客都认为细节处就可以代表全部。在服务顾客的过程中,服务人员的态度至关重要,它能营造出一种气氛,使顾客感到轻松或者压抑。这是最重要的环境因素。服务人员要试图营造一些与众不同的地方,以此来吸引顾客。在服务顾客的过程中,服务人员不要说硬话,人一说硬话就容易出纰漏,而人们往往看的就是纰漏。企业在服务顾客的过程中,还要有一套完整的应急机制。平时这些机制或许作用不大,但是关键时刻,它往往会决定全局。在服务顾客的过程中,真理往往不是掌握在是非之中,而是掌握在顾客的感受之中。有一点细微之处让顾客很不满意,他的心里自然就会不舒服,自然就会将这种怨言表现出来。而服务人员如果认为这没有什么,于是两个人之间就产生了摩擦和矛盾,自然影响到服务的质量。企业和服务人员虽然没有办法在服务上做到完美,但是有条服务标准底线是千万不能触及的,这就是顾客的禁忌。

服务企业,必须着眼于长远,目标和使命就像远处的高山,同时也必须立足细节,脚踏实地地走完脚下的路。对于企业来说,要想把服务做好,需要各部门、各环节的工作很好地衔接。对于服务人员来说,要注重自己这一细节的作用,要

为领导分担责任。服务顾客的时候,还要学会在一些细节上做文章,以此来吸引顾客。服务工作要想长远,就要注重和顾客维持长期的关系,不能只做一锤子买卖。企业为顾客提供服务要有长远的眼光。很多时候,吃亏就是占便宜。我们在为顾客提供服务的过程中,也许我们认为自己吃亏了,顾客占了大便宜,这并没有太大的关系。原因是如果你关照你的顾客的话,你的顾客自然会想办法来关照你。企业的拥有者应该有大服务意识,要能吃亏,要大度,不要过于拘泥成本,不要过于考虑自己的得失。如果企业的拥有者对这方面要求得十分严格的话,那么服务人员自然会认真地对待自己的顾客。企业要在细节上下工夫,服务顾客也要注重细节,对自己的服务人员应该有一种从细节出发的观念。“上帝”存在于细节之中。

细节见精神,做好自我营销

对于企业来说,要在细节上下足工夫,就必须关注到不同顾客的不同需要,向顾客提供有针对性的服务。

巴黎的丽兹酒店,对全世界的名流有着无穷的吸引力。它的华丽、舒适、精致、新颖和完美是毋庸置疑的,但它的吸引力还来自一个重要的个性:以服务为最高准则,对顾客的正常需求和任何癖好都绝对地尊重。

比如,酒店可以为客人找到巴黎最紧俏的演出门票;侍者可以在客人数年后返店时,仍记得他们的特殊癖好;服务人员可以穿越整个欧洲大陆去寻找客人丢失的行李……不仅如此,酒店对客人的隐私也绝对地尊重。因为,到这里来的人不是为了看人或被人看,他们是为了在温暖、亲切而私密的气氛里与亲朋好友相聚,不被他人打扰非常重要。

第二次世界大战期间,联军的军官想饮酒却不希望有人发现他们在饮酒,于是,侍者用茶壶送上他们要的香槟。

埃及国王想来酒店用餐却不希望让外人看见,于是,酒店用红色帷幕遮挡,



为他搭起一条能够移动的临时通道,将他护送到餐桌。在帷幕的严密遮蔽中,国王得以安心地享用了一顿美餐。

大作家海明威特别钟情丽兹酒店。他说:“在巴黎不住在丽兹的唯一原因是没钱。”他跟反对他饮酒的第四任妻子住在该酒店时,曾向吧台调酒员抱怨说,他简直不敢饮酒,因为他一回家,妻子就要闻闻他的嘴巴有无酒味。你猜怎么样?这位调酒员专门为海明威调制了一种闻不到酒味的鸡尾酒——“血玛丽”。

丽兹酒店所处的环境相当宽松,它比较容易做到对顾客的隐私和各种癖好都绝对地尊重。有些国家的国情不同,警察随时可能来查房,某些隐私与癖好就不能被“绝对尊重”。但是,在法律的框架内,应该尽可能尊重客人的隐私和癖好,使服务工作更受好评。

如果企业能让顾客感受到某种特殊对待,那么必然会受到顾客的青睐。

对于具体的服务人员来说,要想在细节上体现精神,就必须有自己恪守的原则,比如诚信。

诚实守信,以诚相待,是最有效、最高明、最实际也是最长久的方法。林肯说:一个人可能在所有的时间欺骗某些人,也可能在某些时间欺骗所有的人,但不可能在所有的时间欺骗所有的人。对于服务人员来说道理也同样如此。在一个信息传播日益迅速的市场环境下,服务人员的某些小手段、小聪明是很容易被看破的,即便是偶尔取得成功,这种成功也会是相当短暂的。对于服务人员来说,要想赢得顾客的心,诚信才是永久的实在的办法。

市场经济发展了两百多年,在西方国家出了不少优秀的服务人员,他们是服务行业的精英。审视他们的成功因素,会发现有很多不同,有的性格乖张、有的性格开放等。但是从他们的服务素质中,我们不难发现一个很简单的事实,他们都讲求诚信,通过服务的诚信获得了人们的信任和信赖。

一个服务人员服务顾客的最基本的原则就是诚信。如果一个服务人员成天想着如何欺骗他的顾客或者如何欺骗他所服务的企业,他怎么可能赢得顾客和企业的信任,怎么可能赢得良好的口碑宣传?而对于一个服务人员来说,如果没

有良好的口碑宣传,就很难在自己服务的领域中有很好的建树。

对于一个服务人员来说,必须注重建立个人的诚信体系,以此来取得更多的收获。

服务人员的诚信主要包括三个方面的内容:

首先是对服务的诚信。一个服务人员必须熟悉自己的服务,并且相信它,相信自己的服务能够给顾客带来利益。这样,服务人员才能够有强大的精神动力去完成他的服务工作。

其次是对企业的诚信。服务人员所进行的服务工作并不仅仅是个人的事业,在服务人员的身后还有个强大的企业支撑体系。企业的运作需要众多服务人员的努力。服务人员对企业诚信就要求服务人员为企业利益着想,不能诋毁企业,而应注重个人的言行举止,时刻维护企业的形象。

最后是对顾客的诚信。对顾客的诚信是服务人员应该具有的最基本的素质。服务工作就是服务人员和顾客的沟通过程,通过和顾客的沟通,使顾客对自己产生信任,进而对服务表示满意。对顾客的诚信主要在于不能欺骗顾客,不能信口开河等。

对于服务人员来说,最核心的一句话概括就是:细节之处见精神。在细节处表现出来的精神往往能够让人更加敬重。我们不要总是指望大的成功,大的成功来自细节的积累。拥有大成功的人往往也拥有大的气魄,但是大的气魄绝对不是一朝一夕就能养成的,而需要日积月累,在琐碎的事务中锤炼。

服务人员要想获得较大的成就,就必须从多方面进行努力,其中一个最基本的方面就是树立良好的形象。对于服务人员来说,要想有一个良好的形象必须从最基本的方面——服装仪表做起。

对服装仪表的最起码要求就是要干净、整齐,给人以清爽、精神的感觉。

法国是比较注重形象的国家,在这个国度里形成了这样一种观念:个人的形象存在于他人的感觉之中,形象的好坏会对他人的感觉产生影响。因此,为了尊重别人的感觉,个人必须对自己的形象予以重视。其他国家的民族虽然

对此没有如此之高的要求,但是注重起码的礼仪也是相当必要的。

服务人员形象的好坏对人的感觉所产生的影响是巨大的。如果服务人员穿戴整齐,大方得体,顾客一看就觉得这个服务人员令人舒服,也会自然而然地产生一种信赖感。这种信赖感自然就会转移到该服务员所提供的产品或服务上去。而如果衣服皱折不整,而且满面尘灰,服务人员就很难指望顾客会与之交谈。

当然,对于服务人员来说,完全没有必要衣着华丽、头发光亮,这种刻意的打扮一来会让顾客生厌,二来会加大推销成本。一般来说只需要整洁大方就行。

对服务人员形象的具体要求如下:

头发能较好地表现出一个人的精神状态。服务人员的头发应该是精心梳洗和处理过的,但不要给顾客造成奶油小生的形象。耳朵和眼睛都必须清洗干净,鼻毛不可以露出鼻孔。牙齿要清洗干净,在与顾客交谈的时候口中不应该有异味。胡子要刮干净或修整齐。没有任何人喜欢握一只脏手,因此双手必须保持清洁,而且指甲要干净和修理过。要注意衬衫领口和袖口的清洁,同时西服要注意和衬衫搭配协调。西服的口袋里最好不要放东西,特别是那些容易鼓起来的東西,口袋中东西放得越多,显示这个人地位越低下。鞋袜须搭配平衡,要注意及时清理鞋上的泥土,否则会给顾客造成不好的印象。

第一印象在人和人的交往中往往是最重要的。第一印象能在较短的时间内形成,同时在很长的时间内无法改变,因此要想赢得顾客首先必须有较好的第一印象。较好的第一印象不仅是在衣着仪表方面,而且还表现在站姿上。

正确的站立姿势是必须的。过于古板和刻意的站姿往往表现出服务人员的紧张和缺乏信心,但过于随便的站姿又表现出服务人员的漫不经心和不专业。因此,良好的站姿一般要挺拔端正,同时还能给人以放松自然的感觉,不要过于僵硬。

递交名片是服务人员礼仪中必须予以重视的重要环节。服务人员在和人初次见面,打完招呼后就应该递交名片了。递交名片最忌讳给对方造成草率、马虎

的印象。以下是递交名片时应该注意的问题：

首先自己的名片应该放在固定的地方，最好是有专用的名片夹，避免需要时到处乱翻。其次名片的质地应该比较好，由于名片摩擦次数较多，因此容易损耗。最后递送名片时要用双手持名片，拿到名片时应轻轻念出对方的职位和名字，如果职位过低就不要念出职位，可根据对方的工作单位和职位说上两句恭维的话。当然也可以右手递交名片，左手接拿对方名片。

服务人员在面对顾客时一定要把握主动。在和顾客接触时，服务人员应该主动介绍自己，但是主动介绍必须有所讲究。讲究又主要集中在话语讲究方面。主要有以下六个方面的内容：

一是称呼对方的职称和名字。很多人都喜欢自己的名字从别人的口中说出，有地位者喜欢自己的职位从别人的口中说出。这种开头称呼可将服务人员和顾客的关系在无形中拉近很多。

二是自我介绍。清晰地说出自己的名字和企业名称，往往能够博得别人的好感。清晰地说出自己的名字和企业名称，最好不要顾客主动询问，否则开局就比较被动。一个连自己的名字和企业的名称都说不清楚的服务人员也很难让人相信他能将产品说得清清楚楚。

三是感谢顾客的接待。诚恳地向顾客表示感谢，感谢顾客能抽出时间接待自己，是一个服务人员在介绍完自己后应该说的内容。因为顾客的时间是宝贵的，服务人员对顾客进行访问无疑占用了顾客的时间，自然要向顾客表示感谢。有些服务人员认为自己是给顾客带来利益的，因此应该是顾客感谢自己。这种想法完全是错误地理解了服务人员给顾客带来利益的意义。

四是寒暄。在和顾客刚开始接触的时候不要立即切入正题，尤其是在与老顾客接触的过程中。立即切入正题会让顾客产生两个人的关系除了利益关系以外没有任何关系的错觉。此外，服务人员立即切入正题，也会让顾客觉得服务人员急于求成，有求于自己，因此会乘机压制服务人员。

五是表达拜访的理由。服务人员需要以一种十分自信的态度，清晰地表达