

供电企业 优质服务培训教材 (上篇)

叶 飞 编著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

供电企业

优质服务培训教材

中国电力出版社

供电企业优质服务培训教材

(上篇)

叶飞 编著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本教材由长期活跃在供电企业优质服务培训的咨询公司和培训教师结合当前的供电企业实际编写,共分三篇,分别是:让客户满意而归(上篇);投诉是金(中篇);服务礼仪规范(下篇)。针对各级供电企业的窗口服务人员、业扩报装人员、抢修人员、95598呼叫中心人员、抄表人员等一线职工开展优质服务技能培训使用,通过职业道德、业务技能、服务艺术、服务礼仪、微笑服务等全方位的培训、学习,促使营销服务人员服务水平的全面提高。

图书在版编目(CIP)数据

供电企业优质服务培训教材. 上篇/叶飞编著. —北京:
中国水利水电出版社, 2007
ISBN 978-7-5084-4848-0

I. 供… II. 叶… III. 供电—工业企业—服务质量—技
术培训—教材 IV. F426.61

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 108412 号

书 名	供电企业优质服务培训教材(上篇)
作 者	叶飞 编著
出版 发行	中国水利水电出版社(北京市三里河路6号 100044) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 63202266 (总机)、68331835 (营销中心)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
印 刷	北京市地矿印刷厂
规 格	889mm×1194mm 24开本 总25印张 总170千字
版 次	2007年8月第1版 2007年8月第1次印刷
印 数	0001—5000册
总 定 价	68.00元(共三篇)

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换
版权所有·侵权必究

前 言

21 世纪，企业竞争已经从价格竞争、质量竞争转变为服务竞争，从单纯的售后服务竞争转变为全过程、全方位的整体服务竞争。

最有说服力的要数“海尔现象”：海尔产品的质量算不上最好，海尔产品的功能算不上最优，海尔产品的价格绝对是国内同类产品最高的，但海尔的销售却一路领先，其中一个重要的原因，就是海尔的服务让顾客省心、让顾客满意。优质服务的重要性，由此可见一斑。

供电企业是一个特殊社会公益型企业，一肩挑着两副重担：企业经济效益的最大化和社会效益的最大化。

如果服务不到位，客户就会离去。失去客户也就失去了市场，没有了市场，何来的效益？

如果客户不满意，那政府也不会满意，失去了政府的信任和扶持，那也就失去了供电企业赖以生存和发展的空间和环境。

在电力体制改革不断深化的今天，电能，仍将是人人都要购买的重要商品，但可以预见的是，它绝对不会永远唱着“皇帝女儿不愁嫁”的

歌谣,在供不应求的快车道上撒欢儿。

电力进入市场,引入竞争,提高服务质量,是一个回避不了的大趋势。

如此看来,供电企业实施以客户为中心的服务战略,绝对不是搭个可有可无花架子的事情。从某种意义上来说,供电企业提高服务水平,较之一般服务型的企业,显得更加紧迫和艰巨。

正是出于以上思考,本书以努力提高供电企业优质服务的水平和层次为宗旨,以提高供电企业营销服务人员的服务意识、服务技能和服务水平为出发点,在图文并茂、简明扼要、重点突出的讲解中,融入了当今国际先进的服务理念。本书通俗易懂,简单易行,既可作为供电企业窗口服务人员的培训教材,又可作为服务人员的自学范本,还可作为一般读者学习交际技能,改善人际关系的通俗读物。

编者

2007年7月

总 目 录

上 篇

前言

第一章 优质服务概论.....	1
第一节 什么是优质服务.....	2
第二节 什么是供电优质服务.....	6
第三节 供电优质服务的特殊重要性.....	9
第二章 服务人员的自我认知.....	13
第一节 我们是做什么工作的.....	14
第二节 为什么要向客户提供满意服务.....	16
第三章 如何让客户满意而归.....	26
第一节 抓好四大环节.....	28

第二节 树立三个意识.....	30
第三节 进行三项修炼——让你成为最好的.....	38
第四章 优质服务的七大技巧.....	56
第一节 对客户显示真诚友好的态度.....	57
第二节 准确识别和理解客户的需求.....	59
第三节 尽力满足并超越客户的需求.....	61
第四节 珍惜服务瞬间 注重服务细节.....	64
第五节 感谢客户的抱怨.....	71
第六节 管理客户的期望值.....	78
第七节 提供附加服务和延伸服务.....	82

中 篇

前言

第一章 客户为什么要投诉?	87
第一节 客户投诉的原因	90
第二节 客户投诉的后果	93
第三节 客户投诉的积极因素	95
第四节 对待客户投诉的基本态度	99
第五节 可以预先避免的投诉	102
第二章 如何让恼怒的客户心平气和	107
第三章 如何让投诉的客户满意而归	140
第四章 如何让投诉的客户回头再来	156
第一节 接受投诉阶段	158

第二节 解释澄清阶段.....	160
第三节 解决处理阶段.....	162

下 篇

前言

第一章 服务礼仪的基本概念.....	165
第一节 什么是礼仪.....	166
第二节 礼仪的不同表现形式.....	167
第三节 礼仪的属性.....	168
第四节 礼仪的特征.....	169
第五节 礼仪的四大原则.....	170
第六节 礼仪的功能.....	172
第七节 什么是服务礼仪.....	174

第八节 供电企业为什么要讲求服务礼仪·····	175
第九节 服务人员为什么要学习服务礼仪·····	177
第十节 服务礼仪规范·····	178
第二章 供电服务礼仪的基本要求·····	181
第一节 文明服务·····	183
第二节 礼貌服务·····	189
第三节 主动服务·····	191
第四节 热情服务·····	193
第五节 周到服务·····	194
第三章 服务礼仪操作三流程·····	196
第四章 服务代表的礼仪规范·····	208
第一节 服务代表的仪容规范·····	210

第二节 服务代表的着装规范·····	213
第三节 服务代表的仪态规范·····	217
第四节 服务代表的语言规范·····	229
第五章 服务礼仪规范指导·····	242
第一节 柜台服务礼仪指导·····	244
第二节 电话服务礼仪指导·····	252
第三节 现场服务礼仪指导·····	256



第一章 优质服务概论





第一节 什么是优质服务

优质服务，
就是令客户满意的服务。
而要让你的客户满意，
就要千方百计地满足并超越客户的期望值。



所以说：

优质服务
就是以客户的标准为标准，
满足并超越客户期望值的服务。



评判一项服务的优劣，不是我们自己，我们自我感觉服务得不错，但你的客户不认可，那就算不上是优质服务。

评判一项服务的优劣，也不是你的上级，上级的评判丝毫左右不了客户的行为，上级感觉做得不错的，客户不买账，同样不是优质服务。

评判一项服务优劣唯一的标准只能是客户，是客户的感觉，是客户的满意度。因为，只有客户才是唯一能为你带来市场和利润的人。

客户感觉到自己的需求被满足了，并且在接受服务的整个过程中，感觉到舒心、方便，感觉到被重视、受尊重，就会对你的服务产生好感，就会对你的企业产生依赖性和忠诚度。真正的优质服务，不是我们说了什么、做了多少，而是客户感受到了什么、感受到了多少！

要让客户感到满意，就要千方百计地满足并超越客户的期望值。所以说，优质服务就是以客户的标准为标准，满足并超越客户期望值的服务。



记住：在高度竞争的市场经济条件下，技术可以被模仿，标准可以被超越，没有一种产品能让你永远保持领先地位，但是优质服务却可以让你与众不同。



[案例]

一天中午快下班的时候，一位着装朴素的妇女牵着一个可爱的小女孩，在某供电局营业厅门口四处张望，小魏立即迎上前去询问，原来她是来办理用电手续的。小魏拿了一张居民用电申请表给她，让她照着样子填写，这位妇女羞涩地说：我不认识字。小魏一边安慰她，一边帮她将申请表填好并告诉她用电申请将在五天之内办理完。妇女却焦急的说：“能不能快一点，我家还赶着搬新居呢！”小魏连忙安慰她：“您别着急，虽然居民用电申请规定在五天以内办理完，您这是特殊情况，请您稍等，让我帮您问一下，看能不能优先为您服务。”经过与配电班协商，决定当天下午就去为这位妇女安装计量设备。

当小魏把这一消息告诉这位妇女时，她紧锁的眉头一下就舒展开了，不停地对小魏说：“谢谢，你们的服务真好。”临走时，小女孩还回过头挥着手笑着说：“谢谢阿姨，阿姨再见！”看着小女孩天真的笑容，小魏心里想：其实这些都是我们应该做到的，可常常在我们来说是一件轻而易举的事，在客户那里却是一件千恩万谢的事。



[点评]

这位妇女为什么要“千恩万谢”？

这位不识字的妇女来办理用电业务，受到了小魏的热情接待，她的期望值是在搬进新居时用上电，但在小魏及后台服务人员的密切配合下，当天下午新居就可以通上电，这一切都大大超出了客户的期望值，这位妇女当然高兴了。

要实现让客户满意的目标，就需要我们每一位员工像小魏那样，从点点滴滴的小事做起，用心做好每一天，用心服务好每一位客户。



记住：

千方百计满足客户的需求，让你的客户满意而归，这就是优质服务的核心内容！