

课里播企业培训课程

课里播
中美合金
CRISP
PUBLICATIONS

企业文化学习方案

企业文化 企业文化 企业文化
如何从为客户提供服务转变到令客户满意
心平气和地解决问题的技巧
如何使客户更愿意与您合作
如何就事论事地对待那些令人头疼的人
不感情用事

令客户满意

工作中的另一方面

[美] Dru Scott 著 石冰 译



清华大学出版社

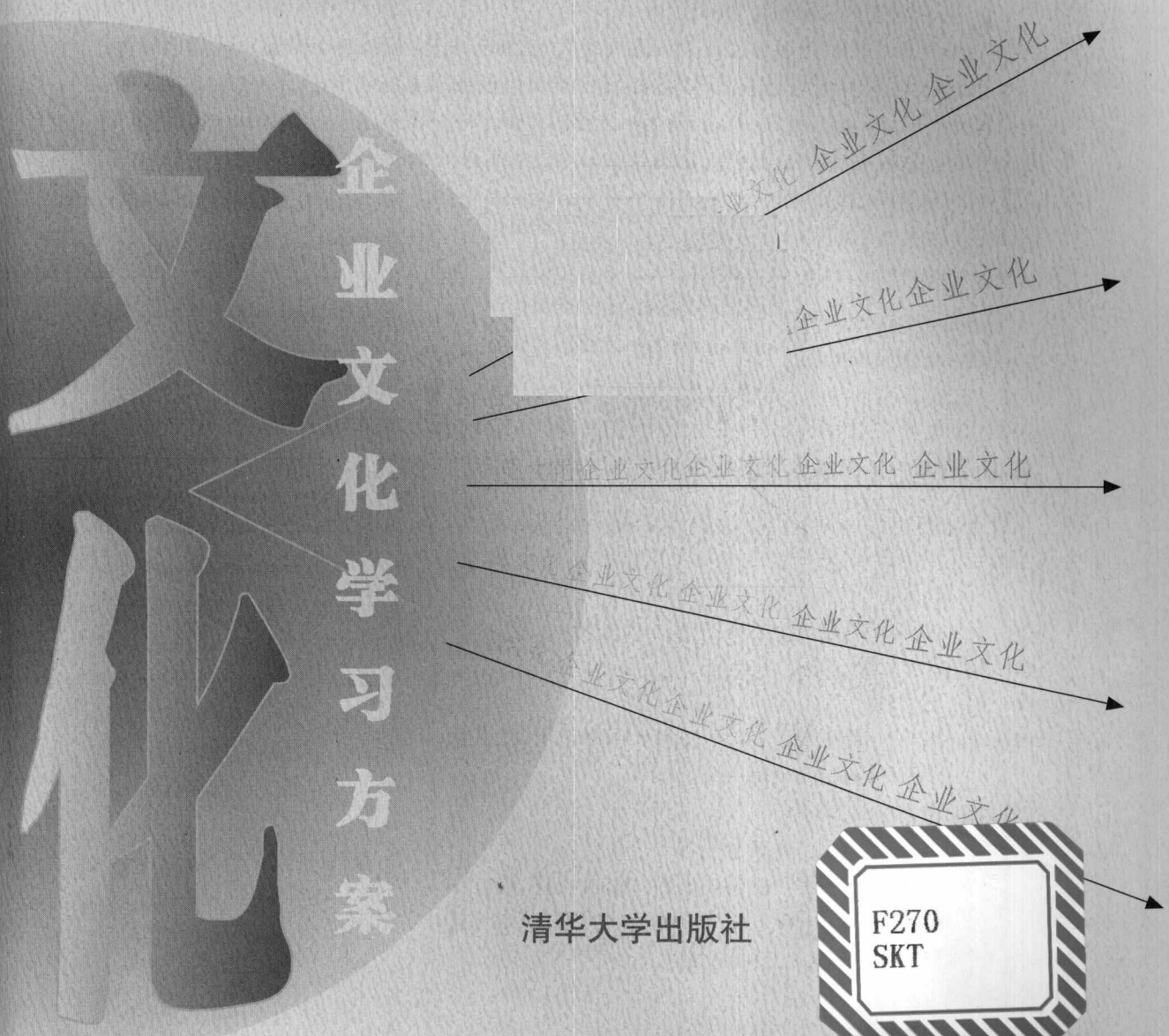
课里播企业培训课程

课里播
中美合金
CRISP
PUBLICATIONS

令客户满意

工作中的另一方面

[美] Dru Scott 著 石冰译



清华大学出版社

F270
SKT

内 容 简 介

令客户满意是每个单位的最高追求目标。但是,多数单位的客户服务却不尽人意。如何向客户提供优质的服务,令客户满意呢?本书为您提供了完美的答案。本书详尽地解释了 50 多个行之有效的客户服务技巧。阅读本书,您可以学到:

- 如何从为客户提供服务转变到令客户满意
- 心平气和地解决问题的技巧
- 如何使客户更愿意与你合作
- 如何就事论事地对待那些令人头疼的人,不感情用事

本书贴近生活,通俗易懂,语言流畅,适合各界人士阅读,更是员工培训不可多得优秀教材。

CUSTOMER SATISFACTION

The Other Half Of Your Job / Dru Scott

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means now known or to be invented, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or by any information storage or retrieval system without written permission from the author or publisher, except for the brief inclusion of quotations in a review.

©1991 by Crisp Publications, Inc.

Original Edition Published by Crisp Publications, Inc.

www.crisplearning.com

本书翻译版由 Crisp 出版公司授权清华大学出版社在中国境内独家出版、发行。

www.tup.tsinghua.edu.cn

未经出版者书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。
本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号:01-2000-2632

书 名: 令客户满意——工作中的另一方面

作 者: Dru Scott 著

译 者: 石 冰

出版者: 清华大学出版社(北京清华大学学研大厦,邮编 100084)

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

印刷者: 世界知识印刷厂

发行者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 787×960 1/16 印张: 8.25 字数: 158 千字

版 次: 2000 年 12 月第 1 版 2000 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-04102-4/F·294

印 数: 0001~5000

定 价: 20.00 元

给每一位读者

21 世纪是科技高速发展与普及的年代,是资讯革命的年代。

在部分欧美国家,资讯公路已经伸展至所有企业及大部分家庭,并正在改变人类的生活、工作、学习及休闲的方式。

中国政府也正在努力架设资讯公路。在不久的将来,随着电视机顶盒的普及,互联网将走进每一个有电视机的家庭。

要成为新资讯年代的成功者,我们需要学习新的知识、技能,以新的态度去驾驭大变革所带来的新挑战、新机遇。成功的关键在于:**结合新科技的优势,重新建立新的思维方式及工作方法。**

“课里播企业培训课程”是为全世界大部分领先企业所采用的课程,我们希望这些课程能够帮助您战略性地开拓您的职业生涯,建立无可比拟的个人竞争优势:**成为终身的学习者**,不断学习,不断改进,与科技及资讯发展同步。

给每一位企业领导者

在竞争激烈、供过于求的年代,利用价格去竞争,已经令所有参与竞争的企业尝够了恶性循环的苦果。那么,如何在价格以外建立企业的竞争优势,便成为所有企业共同面临的课题。

“课里播企业培训课程”以自主互动的学习方式,帮助企业以低成本、高效益的战略,将学习与工作结合起来,使员工寓工作于学习,寓学习于工作,**成为学习型的企业**;在产品、营销、服务、绩效等各方面产生由员工自发的动力,为企业建立无可比拟的竞争优势。

请访问我们的网站,与我们的学习方案顾问联系:www.crispchina.com,让我们根据你们的企业情况,设计简便易行的方案,与你们分享中外企业验证成功的人力开发战术。

李秀英

“课里播企业培训课程”学习方案顾问
业务拓展总监

Crisp Learning Solutions China

课里播企业培训课程简介

令 客 户 满 意

课里播企业培训课程由美国专业培训顾问师结合企业辅导工作开发,具有极高的操作性。在全球 20 多个国家,共有两千万个课程正在各大、中、小企业使用中,其中包括 75% 以上的美国 500 强企业(例如麦当劳、惠普、摩托罗拉、波音公司等)以及美国总统的办公室。

中国几家优秀的出版社(清华大学出版社、中山大学出版社、上海财经大学出版社),与美国 Crisp 公司在中国的代表 Crisp Learning Solutions China 进行合作,将这些课程翻译到中国。

课里播课程将当今全球验证成功的企业管理方法整理成简便易行、文字浅显,以能力基因为本(competence based)的互动课程。每个课程只需 1 个小时就可以学完,并掌握基本重要的理念。

这些课程,既可以自主学习,也可以作为培训师或经理培育员工的教材,或者作为顾问师辅导企业的辅助工具。课程覆盖企业管理实用范畴,包括管理者及被管理者的知识、技能、态度、顾客服务、营销、人力资源、企业发展等各方面。

事实证明,这些课程具高度**成本效益**,可以明显**改进企业的素质**,有效**提高生产力、销售业绩、员工绩效及顾客的满意度**。

我们期盼课里播企业培训课程的引进能为迅速崛起的中国企业助一臂之力,加速其国际化进程。

建议学员拿着铅笔,边看边做练习,效果更佳

企业用户对课里播课程的评价

令 客 户 满 意

“在我们的自主学习图书馆借出的书籍中,课里播课程是最受欢迎的项目,我们的经理和管理者尤其欣赏它在培训员工时所体现的易用性。”

Wendy Flint (惠普公司)

“成为课里播的合作伙伴使我们能够为广大的波音员工提供易学易用的商业技能培训课程。”

Charles Ruthford (波音公司)

“把这项优质工作干下去! 课里播产品所展示的专业性及高度的成本效益极大地支持了我们事业的发展。”

Duane Waterman (康柏计算机公司)

“课里播的产品非常简练。它提供了一种质优价廉的学习途径。”

Mike Petefish (西门子公司销售培训经理)

“我们认为课里播产品对我们开发的‘顾客满意代表培训证书班’,是一个无价之宝。我们的培训班赢得了‘1998年麦当劳团队奖’。我们愿意就课里播产品提供给我们世界级的宝贵经验,而共同分享这个殊荣。我们非常庆幸选择了课里播作为我们的合作伙伴,而且我们期待未来继续合作。”

Terri K Capatoso (麦当劳副总裁助理)

来! 成为课里播(Crisp)的合作伙伴

令客户满意

学习方案顾问

如果您是一位极重视工作质量及顾客满足感的专业培训师或者是资深的企业管理人员,而希望成为一个专业的企业培训顾问师,我们诚意邀请您加入,成为课里播学习方案顾问。

只要您能够完成我们提供的培训课程,通过我们的实践应用考核,就可以取得课里播学习方案顾问的资格。

授权学习中心

我们诚意邀请优秀的企业管理顾问公司成为全国各大城市的授权学习中心,提供课里播企业培训顾问服务,帮助学员将所学的应用到工作之中,在3~6个月内工作绩效取得明显可量度的改进,并带领企业迈向学习型企业的成功之途。

已经成为课里播在中国的合作伙伴有:

- 香港管理发展中心
- 清华大学出版社
- 上海财经大学出版社
- 中山大学出版社

请探访我们的网站,与我们联系: www.crispchina.com

课里播学习方案简介

令 客 户 满 意

课里播学习方案由《课里播企业培训课程》组成。通过一系列的自主学习课程,企业可以在3~6个月内取得明显的生产力与绩效的改进。每个课程只售20元人民币。

建立企业自主学习中心

企业只需要花560元购买2套(28个)课程,就可以在互联网上取得免费的顾问支援服务。我们的学习方案顾问,会辅导你的企业,简便地建立一个自主学习中心,迈上学习型企业的第一步。

改进企业文化学习方案

企业只需要花3040元购买30套(152个)课程,就可以在互联网上取得免费的顾问支援服务。我们的学习方案顾问会指导企业如何只花150元在每个员工身上,就可以令员工在工作态度、质量、服务、团队等方面得到明显的改进。

- 态度:你最宝贵的财产 清华大学出版社
- 质量在工作中运行 清华大学出版社
- 令客户满意:工作中的另一方面 清华大学出版社
- 做个好队员 清华大学出版社
- 50个全面优质管理的妙方 清华大学出版社

改进组织发展学习方案

- 创造一个学习型组织 清华大学出版社

优质服务学习方案

企业只需要花1280元购买30套(64个)课程,就可以在互联网上取得免费的顾问支援服务。我们的学习方案顾问会指导企业如何只花40元在每个员工身上,就可以让顾客更加满意企业所提供的服务。

- 优质服务 上海财经大学出版社
- 如何平息顾客的不满 上海财经大学出版社
- 优质顾客服务管理 上海财经大学出版社
- 衡量顾客满意度 上海财经大学出版社

改进绩效学习方案

企业只需要花1280元购买30套(64个)课程,就可以在互联网上取得免费的顾问支援服务。我们的学习方案顾问会指导企业如何只花40元在每个员工身上,就可以令员工

自觉地提高工作绩效及生产力。

- 绩效伙伴——成功的绩效管理 中山大学出版社
- 有效的绩效评估 中山大学出版社
- 个人绩效合约——树立可行目标 中山大学出版社
- 如何提高员工生产力——价值管理入门 中山大学出版社

请向我们的互联网站订购课程及查询详情: www.crispchina.com

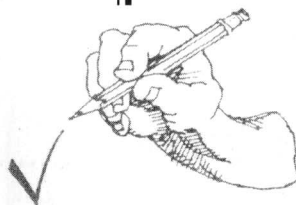
学习目标

令客户满意

下面是《令客户满意》的目标,它们能指导你一步一步地掌握本书的核心内容。

目 标

- ☐ 1. 解释为什么令客户满意同工作一样重要;
- ☐ 2. 告诉你怎样运用令客户满意的技巧;
- ☐ 3. 解释令客户满意有什么好处。



评估你的学习进展

除了本书的学习目的之外,课里播公司还为读者准备了评估自己学习成果的问卷,问卷涵盖了本书的基本内容,包括 25 道选择与是非的问题,还附有问题的答案。

本书献给
吉姆·安德森

——杜邦公司的管理顾问、服务部总经理

他在内部客户服务方面领导质量管理工作,并为本书的研究提供了重要的实验场所。

作者简介

作者德鲁·斯科特,电影演员、心理学家、演讲家,是一位国际知名的客户服务专家。他曾主演过6部电影,写过5部论著,销售了2百万册。在他的众多客户中,包括杜邦、AT&T、美国快递、美国牙医协会和加利福尼亚大学等。

德鲁·斯科特是“令客户满意技术”公司旧金山分公司的总经理,该公司致力于提高为客户服务的质量。

目 录

出版前言

课里播企业培训课程简介

企业用户对课里播课程的评价

来! 成为课里播 (Grisp) 的合作伙伴

课里播学习方案简介

本书的学习目标

作者简介

前言

致谢

第一部分	开个好头	1
第一章	为什么要读这本书?	2
第二部分	扫清障碍,建立起令客户满意的基础	9
第二章	对付难以对付的人的方法:	10
	就事论事,不要感情用事	
第三章	厌烦情绪——令客户满意的敌人:	20
	发现并防止它的 5 种办法	
第四章	赢得广泛合作的秘诀:	35
	把每一个人都当成客户	
第五章	为客户提供服务中存在的问题:	46
	以客户满意为目标	
第三部分	使用技巧	58
第六章	尽管客户不完全对,但.....	59
	心平气和地解决问题,不要责怪任何人	
第七章	得到你想要的东西:	78
	采用已被证明是有效的技巧	
第四部分	坚持令客户满意	96
第八章	用客户的反馈意见强化动机:	97
	得到客户持续的反馈	
第五部分	尾声	108

第 1 部分

开个好头



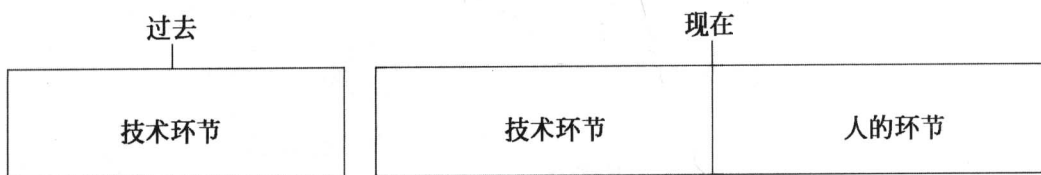
第一章

为什么我们迫切需要读这本书？

好像人人都在关注客户问题，一会儿是为客户提供服务，一会儿又是令客户满意。那为什么大多数组织的服务仍然搞不好呢？为什么一碰到客户问题就不知如何应付呢？这是由于下面的一些原因：

第一

几乎无人接受过如何待人的培训，而人的方面是现代工作的两个组成部分之一（见下图）。人们在技术方面花费了大量时间和精力，却从未接受过这样的训练：如何使自己的工作为他人增光添彩。



第二

从来都没有鼓励过人们把组织内部的员工当成是外部客户一样对待。然而，人的工作不是孤立的，如果没有内部员工的合作，就很难做到使我们通常所谓的那些“真正”的客户达到满意（指那些购买产品和服务的人）。要想使外部客户满意，首先使内部员工满意是重要的一步。

第三

人们通常认识不到努力干活同令客户满意之间没有必然的联系。结果，人们常常是拼命干活而客户就是不满意，令人感到灰心丧气。

令客户满意的六大好处

给员工带来的好处

令客户满意可以带来三大好处：

1. 放松

那些同客户打交道的员工常常处于紧张的状态之下，他们需要学习积极地对待紧张情绪的办法，从而获得更大的自我满足，以提高对待客户的服务水平。本书将教会你如何缓解紧张情绪。

2. 人少办大事

世界上的组织——不论是公立的还是私立的，都必须少投入多产出。

如果你重视了本书中的令客户满意的原则，你就会更好地解决如何满足客户的需求这一问题。你将学会如何去掉那些没用的工作，还将学会如何利用团队精神做到人少办大事。从令客户满意出发，这会统一你们的行动和思想，实现高产出。

3. 提高员工的满意程度

成功的组织懂得如何吸引和留住优秀的员工，知道要给这些员工提供机会，要使他们的工作有意义。

如果你能看到自己的工作使客户收益，你个人的满意程度就会提高。如果你清楚了以客户为中心的含义，你就会觉得自己的工作有意义。

给组织带来的好处

组织能从令客户满意中得到如下好处：

1. 找到生存和成功的关键

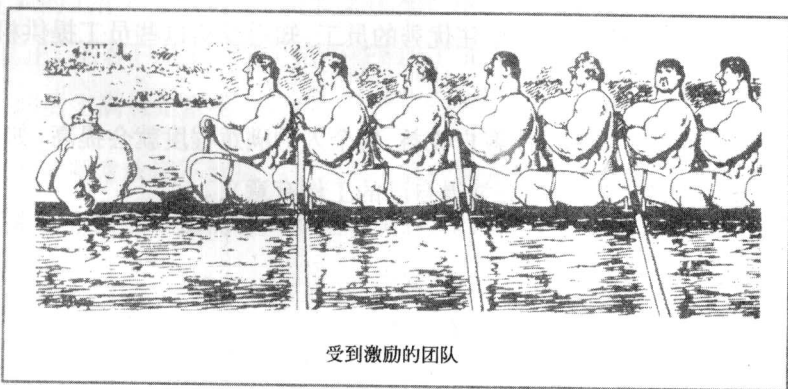
能做到令客户满意的组织会更好赢得生存权。我们每天都能看到：要是组织以自我为中心，忽视了客户，那将会因失去商机而倒霉，除非该组织把客户当作上帝。

2. 强化团队合作精神，集中力量

研究一下那些能令客户获得高度满意的组织，你会发现那是一些管理者和员工团结有力的组织，这些组织中的人都学会了朝着一个共同的目标努力。客户就是一个促进团队合作精神的天然的动力。

3. 获取更多的收益

那些效益好的组织往往同客户之间保持着良好的关系。查看一下记录，会发现他们总是急客户之所急，急客户之所需。不论是公立组织还是私立组织，他们都认识到，令客户满意才是取得持续成功的关键。



受到激励的团队

为什么本书能在别人失败的地方取得成功

“别人没有从基本做起,这就是症结所在。”这是一个客户研究小组得出的明确结论。不错,大多数为客户服务经理和代表提供的书和资料之所以失败是因为忽视了最基本的原则。本书则包括了这一重要的原则。

以下这三种情形就是忽视了基本原则的表现:

1. “我的情况和别人不一样,我不直接面对客户。”

这表明每个员工都需要更好地理解对客户应付的责任,员工(不论工种)可能没有认清自己对客户应付的责任。无论自己的工作对象是内部员工,还是外部客户,员工都是为最终客户服务的。

2. “虽然我提供了良好的服务,可是他们不认可。”

这表明每个员工都需要更好地理解令客户满意这一责任。员工可能没有认识到:令客户满意才是自己应尽的责任,而不是只给客户提供服务。

3. “我肯定干得不错,因为我根本没听到过任何怨言。”

这表明需要更有效地听取客户的反馈意见。员工可能没有得到足够的反馈意见,用来检验自己是否令客户满意了。仅仅听取怨言还不够,请你设想一下,弹钢琴而听不到琴声或者打一场不记分的篮球赛,这太难了。我们只有知道如何去做,才能做得更好。

打下坚实的基础

经过 15 年以上关于客户方面的研究、咨询和培训,我们发现上述三点是最明显的。只有打好基础,才能成功地运用针对客户的各种办法。另外,客户之间的差异性也是一个被忽视的方面。