

Who
is Your Customer

知名管理专家 余世维 先生

强力推荐

谁是 你的 客户

改变中国亿万职业人
工作思维的全新理念

孙汗青◎编著

拥有成功职业生涯的关键
——为客户服务的精神！



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

Who is Your Customer

知名管理专家 余世维 先生
强力推荐

谁是 你的 客户

孙汗青 编著

拥有成功职业生涯的关键
——为客户服务的精神！

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书主要帮读者树立这样一种理念——你的老板、下属、同事、外部客户和家人都是你的客户，你应该在工作中为这些人做好服务，在服务老板、下属、同事、外部客户和家人的过程中，使自己的工作做得更好，自己的价值得到体现。本书所倡导的服务精神是作为一名优秀职业人所必需的，为职业人重新认识自己的工作，思考如何把工作做得更好提供切实可用的指导和建议。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

谁是你的客户 / 孙汗青编著. —北京：电子工业出版社，2008.5
ISBN 978-7-121-06254-4

I. 谁… II. 孙… III. 职业道德—通俗读物 IV. B822.9-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2008）第 038703 号

责任编辑：韩丽娜 马晓云

印 刷：北京机工印刷厂

装 订：三河市鹏成印业有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1000 1/16 印张：9.5 字数：130 千字

印 次：2008 年 5 月第 1 次印刷

定 价：19.80 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。



推荐序

增强服务意识，成为卓越服务人

近日，我有幸读了我的同事孙汗青的新书《谁是你的客户》，这是一个很好的范本。中国员工的服务意识还有待增强，在这一点上，我们和国外很多企业有一定的差距。

我们去家乐福、沃尔玛，就会发现这些外资超市的员工，无论是收银员还是货架摆放员，看起来都非常专业，服务态度也让人满意，而这里的员工大部分都是中国人，为什么他们具有如此职业化的精神面貌呢？恐怕是外企中强调服务精神的企业文化，已经深深嵌入每位员工的工作 DNA 中。而我们国内企业的大部分员工认为工作就是做事情，这是最简单的工作思维，但是已经落后于时代的发展了。

我在国内外很多企业的亲身经历让我很赞同孙汗青老师的观点，就是：无论你在做什么，其实都是在做服务工作。你的薪水、奖金等所有收益，都来自你提供的服务。一句话，你的服务水平决定了你的收入水平，决定了你的未来。

大家都知道杰克·韦尔奇是世界第一 CEO，每年的工资有上千万美元，



谁 / 是 / 你 / 的 / 客 / 户

为什么他的收入这么高？我们看看杰克·韦尔奇的工作就知道。他要服务整个GE公司，全世界各地的GE分公司他都要去管理，他能记住上千个GE员工的姓名、职务和个性，为这些员工提供支持和帮助。所以，韦尔奇收入高不足为奇，因为他是一个卓越的服务人。如果你能做到他做的，你也可以成为杰克·韦尔奇。

如何成为一个出色的服务人呢？书中给了我们答案。首先是帮助职业人重新塑造观念，给工作下了一个新的定义，即工作就是服务。在企业里，你要服务于领导，还要服务于团队中的同事。如果你有下属，你还要服务于下面的每个人，就像杰克·韦尔奇一样。在企业外部，你要服务于你的外部客户，这决定了你能否为企业创造价值。当然，回到家里，我们还要服务于家人，如果服务不好你的爱人，结果就是感情破裂，甚至离婚。所以，服务至关重要。

接下来，如何服务于每位客户呢？首先，服务于你的老板，老板是付你薪水的人，所以服务好老板，对每位员工都很重要。服务老板最重要的三点：一是敬业的工作态度；二是强烈的工作责任心；三是科学的工作方法。这三点是服务的秘诀。

如何服务于你的同事呢？发挥合作的精神。我到企业里发现，虽然大家都知道合作很重要，但是真正会合作、乐于合作的人却凤毛麟角。结果是团队的整体竞争能力被严重弱化，发挥不出应有的作用，每个人的收益都没有提高。所以，懂得合作是服务于同事的关键。

如何服务于你的外部客户呢？用满腔热情去帮助别人，而不是想着买卖关系。当你觉得你所做的，确实对客户有益，你就能够做出出色的服务，能够将业绩提高，创造出价值，这才是客户服务的秘诀。

当然，在工作中，我们还有很多需要服务的对象。只有当你成为一个服务人时，你才能走上成功的道路，你才会脱颖而出，处处受到别人的欢迎。



推荐序

这就是为什么有的人成功得快一些，有的人慢一些，一切取决于个人的服务水平。

想知道如何成为卓越的服务人吗？答案就在本书中。

余世维

北京名仕硕学管理顾问有限公司总经理
上海交通大学海外教育学院国际领导人
研究所所长



前 言

世界上没有哪份工作离得开客户，同样，也没有哪个人的成功离得开客户。

如果你是位清洁工，你的客户就是你负责清扫的企业或街道里的每个人；如果你是位编辑，你的客户就是作者和读者；如果你是位厨师，显然，你的客户就是你的食客；如果你是位秘书，你的客户就是你的老板……总之一句话，无论你做什么，你都需要为你的客户服务。结论就是，无论你从事什么工作，背景如何，客户服务的能力对于你的生存和发展至关重要，甚至决定了你的未来。

遗憾的是，并非所有的职业人都能意识到这一点，大部分人只是把工作单纯地看做工作，从服务中脱离出来，以至于我们经常听到这样的说法：

“完成任务就可以，老板不满意是老板的事。”

“我做好自己的事，同事的事是他们的，凭什么要配合他们呢？”

“我对下属就一个要求，就是服从我，不许有任何借口和抱怨！”

“让我服务于别人，开什么玩笑，那是最卑微的人才做的事！”

……



前言

这些言语体现了说话者的思维，可以说，思维决定行动，行动决定结果。缺乏客户与服务意识的思维，导致了他们在做事的过程中缺乏服务意识，结果就是客户不满意，自己遭到了轻视和挫折。

试想一下，一个不愿意服务于老板的人，怎么会得到老板的重用？一个不愿意服务于同事的人，又怎么能成为团队中的重要一员呢？

从心态上讲，中国人自古以来都对“服务”这个字眼抱有轻蔑的态度，认为成天服务于别人的都是从事最低层工作的人，属于收入微薄、地位低下的人。然而，人们往往忽视了真正的财富就来自“服务”这两个字。

我认识一家上市公司的董事长，他算是非常有地位，令人羡慕。这位董事长曾斩钉截铁地告诉我，他就是做客户服务的，在创业时，服务于外部客户；在企业发展成为上市公司之后，他更把服务作为第一件大事，服务于外部客户、服务于公司员工、服务于公司的每一位股东。每一天，他都会思考一件事，就是如何让每位客户更满意。正是这种强烈的服务意识，影响着公司的每一位员工，让这家上市公司发展得更加快速。

服务于别人并不卑微，服务能力差才是可悲的。我们看到很多员工，在工作中丝毫没有服务的意识，得过且过地度过每一天，一次次让他们的客户感到失望，把自己推向了失业的边缘，这才是真的可悲！同样背景的员工，因为服务意识和服务能力的差距，在企业里的发展就不同。

有这样 3 个年轻人，小张、小李、小王，毕业于同一所大学，学历也一样，毕业后同时进入一家企业担任市场专员。可是一年过后，3 个年轻人的待遇却截然不同：小张月薪 2 000 元，小李月薪 4 000 元，只有小王被提升为主管，月薪 8 000 元。

有一次，大学的班主任来看望这 3 位学生，得知他们的待遇差距如此之大，便去问经理：“在学校，他们的成绩差不多，怎么毕业一年后就会有这么大的差距呢？”



谁 / 是 / 你 / 的 / 客 / 户

经理笑着对老师说：“学校对每个人考查的是知识和技能，而我们企业里对每个人考查的不光是知识和技能，更重要的是服务于企业的意识和能力。企业和学校的要求不同，所以对员工的评价标准也和学校考核不同，待遇自然也不同。”

老师皱着眉头有些疑惑，经理接着说：“这样吧，我现在安排您的3位学生做同样的一件事情，您一会儿就知道答案了。”

经理把这3个年轻人叫了过来，对他们说：“由于要搞一个市场推广活动，现在请你们每个人去买一台笔记本电脑回来，预算在1万元以内。请尽快完成这个任务。”

两小时之后，他们3个都回来汇报工作了。

小张空着手，解释说：“我在电脑市场有个朋友，刚刚我给他打了个电话，他说没问题，明天给我们拿一台1万元钱的电脑过来。而且，他还说明天请经理和我一起吃饭，还说要表示一下长期合作的诚意。”总经理听后默不作声。

小李买回了一台9000元的笔记本电脑，他汇报说：“我一到电脑市场就看见这款产品了，样式没得说，我问了问价格，也在我们的预算之内，我试了一下，觉得足够我们活动用。于是，就买回了这台。”经理点了点头。

小王买回了一台8000元的笔记本电脑，轮到他汇报了，他首先是在电脑市场里花了半个小时的时间到处看看，把目标锁定在3台最合适的电脑上；然后，他让店员一一介绍这3台电脑的优缺点，并把这些优缺点记录下来进行比较；最后，他做出了决策，购买了这台既能满足活动需要又经济实惠的笔记本电脑。汇报完之后，小王把在电脑市场上收集的宣传单和自己的记录单交给经理。

此时，经理朝着老师会心一笑，老师也对小王的工作结果频频点头。

小王为什么比另外两个同学成功？因为他具有服务企业的意识，他把企业作为自己的客户，替客户着想，在不增加成本的同时出色地完成了任务。



前 言

而小张和小李，只是把买电脑这件事当成任务去完成，他们在意识上和小王存在着巨大的差距，结果能一样么！

反思我们的工作，是不是因为我们缺乏服务的意识，让自己的工作停留在表面？反思我们的企业，是不是因为缺乏服务的意识，让客户一个个流失？

从今天开始，让我们成为具有服务精神的职业人，最终受益的是我们自己。

最后，我要感谢为本书出版而呕心沥血的社会各界朋友，感谢我的好友余世维先生在百忙之中阅读拙作，并为之作序。



目 录

第 1 章 谁是你的客户——搞清楚，再工作 1

谁是你的客户	2
不知道客户是谁的人往往走向失败	4
具有“可雇用性”的秘诀	7
服务别人不卑微，没有服务力最可悲	10
服务在于行动，行动创造结果	13

第 2 章 服务于你的老板——敬业 17

服务老板，从责任心开始	18
主动要求更多的责任	21
锁定目标，拒绝懒惰	25
耍小聪明不如认真执行	29



目 录

改变方法，创造价值.....	32
不要任务，要结果.....	36
感恩之情，超越雇用.....	40

第 3 章 服务于你的同事——合作 45

成功的基石是合作.....	46
“凡事自己来”，就错了.....	49
把合作当成一种能力.....	52
努力成为沟通高手.....	56
学会为别人考虑.....	60
不做木桶的短板.....	65

第 4 章 服务于你的下属——关怀 69

像亲人一样关怀.....	70
让员工参与进来.....	73
为下属树立榜样.....	76
激励下属走向成功.....	79
提高团队凝聚力.....	82
授权，给下属更大的空间.....	85

第 5 章 服务于公司的外部客户——热忱 89

留住客户是最紧急的事.....	90
-----------------	----



谁 / 是 / 你 / 的 / 客 / 户

增强服务能力的策略	93
最棒的销售方法	97
让客户喜欢你	100
倾听拉近距离	104
用诚信赢得客户的信赖	108

第 6 章 服务家精神，从优秀到卓越 113

通过服务，最大化你的生命价值	114
服务家充满激情	117
成长的基因——自律	121
服务中没有小事	125
从担心到充满信心	127
力量越大，责任也越大	132
最后的提示，服务于你的家人	136

参考文献 139

第 章

谁是你的客户 ——搞清楚，再工作

作为职业人，你必须知道谁是你的客户，因为只有你明确了自己的客户是谁，才能为你的客户服务到位，客户才会为你埋单，你才具有可雇用性，你才可以在事业上持续发展，不是吗？





谁 / 是 / 你 / 的 / 客 / 户

谁是你的客户

“谁是你的客户？”面对这个问题，恐怕很多人都会觉得无需回答，心里可能想“这个问题还要问吗，如果我连自己的客户是谁都不知道，我平时怎么做业务啊。”其实也许很多人真的不清楚谁是他的客户，或者说对“客户”的范畴定义是不全面的。“谁是你的客户”，这是职业者必须知道的一件事，“客户”仅仅是我们通常所认为的公司的外部客户吗？如果你走出对“客户”狭隘定义的误区，就是走出了阴影，迎接你的将是大片的阳光！

我经常听到一些公司老总的抱怨：

“怎么现在的生意越来越难做了？”

“怎么店面数量在增加而利润却没有增长？”

“唉，留不住客户啊，赚不到钱。”

为什么留不住客户呢？主要的问题是你的企业里员工的服务能力不够。有时我问我的听众：“这里有多少人从事客户服务？”很少有人举起手来，然后我指出：“每个人都在从事客户服务业。无论你在公司干什么工作，你都在服务客户。”一个人，无论是谁，只要你工作或生意上的成功依赖于他，那他就是你的客户；同样，任何人，只要他对你有所需求，那么他就是你的客户。仔细想想，你身边的几乎所有人在某种程度上都是你的客户。所以，无论你做什么，都是在为别人服务。

我这样说绝对不是对服务的夸大其词。你不妨想一下，假设你是公司的一名普通员工，你就在为不同的人提供服务。



第1章 谁是你的客户——搞清楚，再工作

首先，你需要为公司的外部客户提供服务，这些人购买或使用你所在公司的产品。我曾经做过销售员，对这一点有着深刻体会。对我来说，我向客户销售产品，本质上是在向客户销售我的服务，我的产品就是我的服务。只有通过为客户提供周到的服务，我才能充分体现出自己的工作能力。

其次，你也在为公司内部提供服务，这些客户是你的老板、同事和下属。你的成功依靠他们每个人，在某种程度上，他们也依靠你。你对内部客户服务得越多越好，你对公司就贡献得越多，越有价值。

比如在一个报社，对所有部门来说，他们有一个共同的客户就是广大的读者，除此之外，对于经营部门来说呢，广告主也是他们的客户；对管理中心的人来说，报社的同事也是他们的客户；对技术部而言，报社所有使用计算机的同事也是他们的客户。

公司外部客户的重要性不言而喻，可以说我们所做的一切，最终都是为了能留住公司的老客户，创造更多的新客户，说他们是我们的“上帝”丝毫不夸张。可以这么说，我们员工的工资都是客户支付的。所以作为职业人必须以极大的、自觉自动的热忱去为公司的外部客户服务，以高质量的服务满足客户的要求，把服务做到最优，其结果甚至要超过客户的期望，我们才能算是一个优秀的员工。

现在，对公司外部的客户关系管理已经受到了上到企业下到员工的一致认同。“客户就是上帝”的观念被大家接受，成为企业经营的标准。但是，在一个公司内部，有没有哪家企业实施了这条准则？哪位老板对待他的下属和员工像对待他的客户一样？企业的全体员工是否把所有接受自己提供的产品或服务的相关环节像对待外部客户那样“想客户之所想，急客户之所急”呢？

试想，一个能真正实现这条准则的人，将是怎样的呢？把老板当做客户，就能激起敬业的热情；把同事当做客户，就能在团结合作中共同成长；把下属当做客户，给予关心和理解，就能增强团队的凝聚力和向心力。如果一个



谁 / 是 / 你 / 的 / 客 / 户

企业真正做到了这一点，那简直是一个完美的团队合作，它一定会比同业其他企业更具有竞争力，在同样的外部条件下，比其他企业创造更多的价值和利润。

心动不如行动，列出谁是你的客户，并力争给他们提供完美的服务吧！

服务箴言

客户不仅仅是直接付钱给你的那一个人，更是你的上司、同事，甚至下属。一切跟你有关联的人都是客户，只有服务好他们，才算是尽职尽责，才能够创造利润。客户无处不在，客户就是上帝。

不知道客户是谁的人往往走向失败

作为公司的员工，必须清楚地知道客户是谁，你的客户不仅是公司的外部客户，也是你的老板、同事、下属。弄不清楚客户是谁的人往往走向失败。

想必大部分企业员工都很清楚谁是自己的外部客户，但如果能同时正确处理与公司内部客户——老板、同事和下属的关系并意识到这些客户对你从事工作的重要性。那么，我敢断言，你会是一名合格的员工。

现实中，我们经常在一起发牢骚：老板是如何克扣员工工资的，上司是如何尖酸刻薄的，为什么今年过节公司就这么一点表示？凭什么占用个人的下班时间？……

这里，我并不是要替老板辩驳什么，只是要提醒大家，在你对公司指手画脚的同时，千万不要忘记，老板是你的首要客户，即使这个客户对你提出