

*Delivering Knock Your Socks Off  
Service, Fifth Edition*

职场书单

# 让客户惊叹！ 你的服务将 超乎想象

第5版  
修订版

Performance Research Associates, Inc.

[美] 绩效研究协会有限公司 著  
刘艳霞 译



一本持续畅销

20年

销量超过50万册的  
客户服务圣经



中国工信出版集团

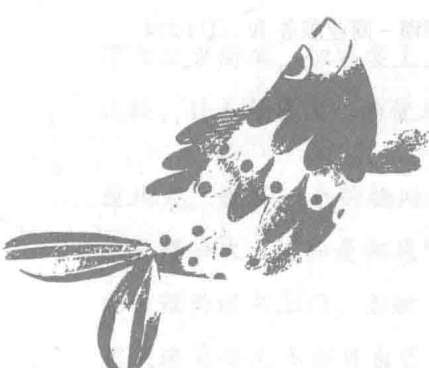


电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

*Delivering Knock Your Socks Off  
Service, Fifth Edition* 职场书单

# 让客户惊叹/ 你的服务将 超乎想象

第5版  
修订版



Performance Research Associates, Inc.

[美] 绩效研究协会有限公司 著  
刘艳霞 译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Delivering Knock Your Socks Off Service, Fifth Edition

Copyright © 2012 Performance Research Associates, Inc.

Published by AMACOM, a division of the American Management Association, International, New York. All rights reserved.

本书中文简体字版经由 AMACOM 授权电子工业出版社独家出版发行。未经书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字：01-2012-3565

### 图书在版编目（CIP）数据

让客户惊叹！你的服务将超乎想象：第5版：修订本 / 美国绩效研究协会有限公司著；刘艳霞译. 北京：电子工业出版社，2017.10

书名原文：Delivering Knock Your Socks Off Service, Fifth Edition

ISBN 978-7-121-30269-5

I. ①让… II. ①美… ②刘… III. ①企业管理—销售管理—商业服务 IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 265114 号

责任编辑：杨洪军

印刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装订：三河市双峰印刷装订有限公司

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：15.25 字数：219 千字

版次：2012 年 8 月第 1 版（原著第 5 版）

2017 年 10 月第 2 版（原著第 5 版修订本）

印次：2017 年 10 月第 1 次印刷

定价：48.00 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, 88258888。

质量投诉请发邮件至 [zltz@phei.com.cn](mailto:zltz@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

本书咨询联系方式：(010) 88254199, [sjb@phei.com.cn](mailto:sjb@phei.com.cn)。

投稿邮箱：[lius@phei.com.cn](mailto:lius@phei.com.cn)。



Preface

## 译者序

善待客户 愉快交易 达成双赢

翻译这本书的过程，也是我对服务业加深认识的过程。结合每天发生在身边的小故事，反思服务业的现在和未来，乐在其中。

服务业的成功，遵循一个浅显的道理：善待客户，愉快交易，达成双赢。

道理似乎简单，但事实上，服务人员与客户冲突的场景每天都在上演。相比较，让人印象深刻的优质服务的例子，似乎很难列举。

前几天，我在一个购物网站上买了一本书，该网站向来以送货快捷闻名。但是那一次，不知是何原因，周日下的订单，周四下午才有快递员给我打电话预约送书上门。当时正巧我在外面，于是让快递员第二天再送书。不想快递员要求我当日自己去快递站取件，理由有两个：一是如果我在家，今天肯定能送，但是因为我没在家，今天送不成，会造成快递积压，影响快递站的工作效率；二是我家离快递站非常近，取件并不麻烦。我一听有些气愤，回答：“你们讲效率的话，怎么周日下订单，周四才到货？明明说的是送货上门，现在却偏偏要我自己去取？你们这是什么服务？”电话那头的快递员表达了歉意，但是仍然坚持我当日亲自去取件。我考虑了一下，第二天家里也是没有人的，所以答应下午晚些去快递站。

我急匆匆地从外面往回赶，晚上7点左右到达快递站所在的小区，整整绕着小区走了一圈，根本没有看到快递站的标志，打电话跟快递员沟通，几经波折终于到达快递站，一位年轻人接待了我。我按捺不住火气，不容辩

解，大声斥责对方，埋怨他不送货上门给我造成的种种麻烦，但对面的快递员不紧不慢，微笑着问我的名字，一边把快件递给我，一边和我耐心地交流：“真是给您添麻烦了。”“您今天工作挺辛苦的吧？先休息一会儿。”“费用是25.2元，给您造成了麻烦，如果没有零钱，2角钱就算了吧。我给您补上。”“谢谢您的理解。”他的话语中满是真诚，我的满腔火气瞬间消散。

我走出门的那一刻，听到旁边一位年纪稍长的快递员颇为无奈地说：“你这人，嘴是真甜啊！”

“赠人玫瑰，手有余香。”这句话很适合服务行业，把芳香美丽如玫瑰的产品，经过自己的手，送到需要的人手上，让对方满意，而自己的手中，也留得余香。真心热爱服务业的人，应该会感觉到其中的幸福滋味吧？

前几日，在描述未来的服务业时，我的一名酒店管理专业的学生说：“现在，在中国，人们对于服务业的偏见还很大，认为服务业是比较低微的工种，不屑涉足。我相信，在不久的将来，人们的这一偏见将会改变。服务业将成为和其他行业同样荣耀的职业。服务业者，凭借优秀的服务质量和真诚的服务态度，一定会获得客户的认可和尊重。”

我相信在不远的未来，他的梦想会成真！

刘艳云女士和黎涓女士分别负责了本书的部分翻译、校对和资料查询工作，他们有着良好的教育背景和严谨的工作态度，在她们的帮助下，我才可以尽快并尽量原汁原味地将原书中的思想和理念呈现给读者。在此表示真挚的谢意！

## Preface

## 序

### 提供令人惊叹的客户服务

刚得知要为《让客户惊叹！你的服务将超乎想象》20周年纪念版作序之时，我脑子一片空白，还能写些什么呢？已经出版了这么多版，该写的早都写过了。当年，罗恩第一次提出服务至关重要这个理念时，我感觉它仿佛是平地里一声惊雷，震醒了所有人，让他们明白了一个浅显的道理：善待客户，获得成功，双方满意。但当我们一起旅行、就餐、修车或去干洗店洗衣服时，在享受各种服务的过程中，我们逐渐意识到，事实并非如我们所愿，显然不是每个服务人员都已懂得服务的重要性。

乐观豁达的罗恩没有放弃，他深信，服务从业者确实想为客户提供优质服务，当然也想彼此友善相待，但问题是他们不知道该如何行动。在接下来的日子里，罗恩和若干合作者共同完成了一系列相关书籍，致力于服务之道的传播。

罗恩和切普·贝尔合作完成 *Managing Knock Your Socks Off Service* 一书，指导管理者在前沿阵地上培训、支持与激励员工。深知计划赶不上变化，纵然再如何细心也会有问题发生，他和切普又合作完成了 *Knock Your Socks Off Service Recovery* 一书，探讨如何面对失控局面。

罗恩还和克里斯汀·安德森一起完成了 *Coaching Knock Your Socks Off Service* 与 *Knock Your Socks Off Answers* 两本书，前者旨在帮助经理人培训及开发员工能力，而后者重点回答来自客户的各种问题，客户的问题可谓千奇百怪，但我们必须知道答案。罗恩自始至终坚信卓越服务是可能的，

而这两本书，正是他在这一信仰支持下坚持探索服务领域的新成果。

此外，罗恩和汤姆·康奈兰意识到，持续的优质服务正是让客户满意及选择与公司长久合作的关键因素，因此他们合作撰写了 *Sustaining Knock Your Socks Off Service* 一书，探讨各种将优质服务渗透进公司文化的方法。

安·汤玛斯和吉尔·爱普列特秉承罗恩的信仰，合作完成了 *101 Activities for Delivering Knock Your Socks Off Service* 一书。同罗恩一样，两位作者坚信，每个人都希望自己提供给别人的服务是优秀的，优秀服务是可能的，也是回报丰厚的，只是有时候他们需要一些帮助而已。

20 年后的今天，《让客户惊叹！你的服务将超乎想象》赢来了 20 周年纪念版，罗恩为服务业倾尽心血、笔耕不辍，本书的出版是对他献身精神的赞誉，也是对他的乐观心态、善良，以及对普及、推广本书坚贞信仰的赞扬。

苏珊·泽姆克

## 客户服务关键词

- 道歉 17,146-147,160,165-166,  
169-173
- 倾听 22-23,66-71,125,135,160,  
165,181, 194
- 承诺 15-18,57,59,161
- 信任 21,56-60,102,200
- 补偿、补救 161,172,184,194
- 修复服务 17,59,158-168,174-184
- 数字时代的服务修复 185-190
- 感谢 149-154
- 态度 71
- 棘手的客户 202-206
- 非正当消费行为 44
- 隐藏的信息 71
- 期望与需求 6,15,20-22
- 同理心与同情心 30-34
- 服务的一致性、可预测性 18
- 服务中的文化差异 99-103
- 低语境文化与高语境文化 102
- 俚语 101
- 舒适区 85
- 红、蓝规则 53-54
- 打破规则 55
- 话术 81-83
- 减压,保持镇定 210-213
- 产品知识 21-22
- 通信媒体 130
- 社交媒体服务 191-195
- 邮件还是电话 130-132
- 电子邮件服务 27-28,130-133
- 电子邮件礼仪 136-142
- 语音邮件服务 95
- 电话服务 17-18,20,57,89-97, 115,  
131
- 电话会议 96
- 面对面交流 84-88

- 在线聊天 132-134
- 文本信息 134
- 禁忌语 79
- 敏感词汇 70
- “一站式”服务 116
- 一键式服务 188
- 诚实 48-50,146
- 划分客户颜色 174-179
- 细节 7,23,119-123
- 庆祝 224-228
- 反馈,负面反馈 9,143-148
- 个性化服务 30,102-103,140-141
- 非语言交流 85-88
- 面部表情 86
- 手势 86
- 身体接触 86
- 形象 87,216
- 提问 75,77
- 微笑 11,20,41,151,211
- 有形服务 25-28
- 刻板印象 70
- 不同年龄层客户服务技巧 105-110

Introduction

## 导 言

### 客户服务人员的行为至关重要

仅满足客户的需求并不够，一定要让客户感到“欣喜”，因为客户的需求不仅得到了满足，还超出了预期。

——A·布兰顿·格德弗雷

客户服务这几个字包含的意义非常广泛，它包括回答问题、解决疑难、打破经营僵局、查找不足、修补漏洞、安慰愤怒者、鼓励胆小者，以及时不时上演置于死地而后生的戏码，想出出奇制胜的招数来解决难题、化解危机。

直到前些时候，客户服务一直被看作最没有回报的工作。在大多数人看来，销售工作如果长期做下去，前景会很好，市场营销的名声也不错。数字营销呢？那可是未来的大势所趋，前途无量！广告业？让人仰视。网页设计？真时髦！客户服务呢？工作任务重，看不到未来。在高高在上的其他部门同事的眼中，服务人员是“那些应付客户牢骚和抱怨的家伙”；在客户眼中，只有那些脑子不太灵光的人才会从事客户服务，他们每天早上醒来，照照镜子，把嘴咧得大大的，对镜子里的自己说：“今天将会是有趣的一天，我要去上班了，然后把和我讲话的前 217 个人激怒。”事实上，他们也确

实说到做到，激怒了一位又一位客户！总之，在大多数人眼中，服务人员的形象欠佳。

在 20 世纪 90 年代末，也就是互联网网站疯狂扩张的年代，职业商业观察家们又一次学了重要一课。他们发现，致力于为客户提供卓越服务的公司获得的经济利润更高，相较于一直致力于将服务成本控制在最低限度（无论是在线服务、电话服务或面对面的接触）的公司来说，这些公司的发展速度更快、利润更高。而今，我们已经进入 21 世纪的第二个 10 年，服务的概念不应局限于增加客户数量，还必须纳入开发忠诚客户，因为忠诚客户才是公司的利润之源。

简而言之，强调全面客户服务的公司获取的利润更高，留住客户的能力更强。

研究者也开始注意到，成功的服务型公司的营销成本更低，产生抱怨和牢骚的客户更少，回头业务更多。客户或许会中途离开，但最后总会回归于服务质量高的公司。而且，优质服务还可以让公司内部受益：员工跳槽率和缺勤率更低，工作士气和岗位满意度更高，在要求员工努力达到客户满意的公司，员工的开心指数也相对更高。

几乎是在一夜之间，关注客户、理解并满足客户需求，以及对客户关怀备至，表现温柔、关爱与体贴等成为关键的公司目标，而且成为整个服务界的关注焦点，鼓吹客户至上的思想彩旗飘扬，相关书籍一本本出版，演讲一个接着一个，无一不鼓吹客户服务的重要性。客户服务的解读方式与价值观发生了革命，这场革命至今仍在继续。

自从上一次服务革命发生以来，迄今已近 20 年，对于如何打造并维持服务优势，我们颇有收获。随着世界越来越小，我们逐渐明白，如欲打造优质服务，必须具有对文化差异的敏感度，并对来自各种文化背景下客户的不同需求有所了解。婴儿潮一代、X 一代及千禧一代在职场上交锋，我们由此了解了不同世代人的差异，并据此制定不同的服务方案。根据我们已掌握的知识及从书籍和讲座中获取的消息，我们明白了一个不变的事实：打造优质服务的最重要因子，依然是客户服务人员。

客户服务人员的任务很重要，任务就是工作，而且是努力工作，包括回答咨询，解决问题，帮助公司处理纠纷，修复已破损的关系并找回失去的东西，抚慰愤怒者，鼓励胆小者，为客户提供合适的产品与服务，并帮助他们从中获得最大的乐趣与价值。

20 年前，根据 15 年的从业经验，以及对数千名服务专业人士的观察，罗恩和克里斯汀撰写了第一本书——《让客户惊叹！你的服务将超乎想象》，和读者分享客户在意的服务品质。他们创作的素材来自真实岗位中的专业服务人员，他们通过自己的努力，让客户的生活和工作更加方便、有趣。

在接下来的 20 年中，我们有机会和数千名来自世界范围内的客户服务专业人士共事，从他们身上，我们了解了更多关于打造顶级客户服务的艺术。我们用心、用笔记下了我们的收获，最终以这本书的形式献给读者。

无论你是服务行业新秀还是资深人士，本书中各个出奇制胜的招数，总会让你有所收获。你的工作对你的公司比以往任何时候都更加重要。如果本

书对你的服务质量有所帮助，那么请不要感谢我们，而应感谢数千位我们心目中的老师和导师。如果你认为读本书不仅让你获得知识，也获得了乐趣，那么这说明我们完成了预期的客户服务目标。

绩效研究协会有限公司  
明尼苏达州，明尼阿波利斯市

## CONTENTS 目 录

### 第 1 篇

#### 令人惊叹的服务之基本原则 1

- 1 服务业永恒不变的真理 3
- 2 令人惊叹的服务之概念入门 8
- 3 要素一：可靠 13
- 4 要素二：放心 19
- 5 要素三：有形物 24
- 6 要素四：同理心 29
- 7 要素五：反应力 35
- 8 客户并不总是对的，但客户总是客户 40

### 第 2 篇

#### 通往令人惊叹的服务的路 45

- 9 诚实至上，坏消息也要告诉客户 47
- 10 一切规则都是用来打破的（包括本条） 51
- 11 信任是客户服务追求的最高标准 56
- 12 掌握服务过程中的主动权 61
- 13 在倾听中挖掘客户信息 66

- 14 问题即答案 72
- 15 制胜词与安抚语：说“什么”很重要 78
- 16 面对面交流的技巧 84
- 17 电话交流技巧 89
- 18 服务中的文化差异 98
- 19 世代差异：不同年龄层客户的服务技巧 104

### 第3篇

#### 令人惊叹的公司内部服务 111

- 20 同事是伙伴：跨部门交流 113
- 21 卓越服务在于细节 119
- 22 好的销售 = 好的服务 124
- 23 数字时代的客户沟通 129
- 24 电子邮件中的服务礼仪 136
- 25 积极对待负面反馈 143
- 26 真诚致谢的价值 149

### 第4篇

#### 令人惊叹的服务之问题处理 155

- 27 做了不起的修理师 157
- 28 服务修复五大格言 163
- 29 道歉的技巧 169
- 30 修复客户情感：为客户划分颜色 174
- 31 公平修复客户问题三步走 180

- 32 数字时代的服务修复 185
- 33 社交媒体服务修复方案 191
- 34 服务棘手的客户 196
- 35 多类棘手客户服务技巧 202

## ▲ 第5篇

### 令人惊叹的服务之关爱自己 207

- 36 镇定的艺术 209
- 37 保持专业水准 214
- 38 胜任力原则：坚持学习 219
- 39 庆祝：你做得太好了 224