

服务

——从业人员服务意识提升培训

Service

陈淑君◎著



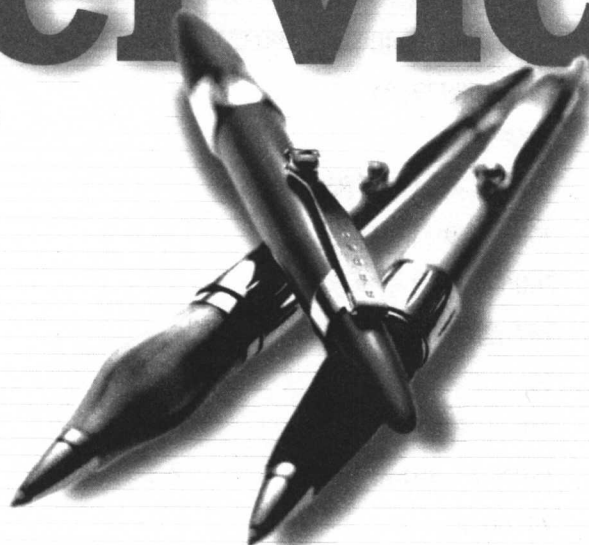
美国著名的管理学家托马斯·彼得斯和罗伯特·沃特曼调查研究了全美最杰出的43家企业后指出：这些公司不管是属于机械制造业，或是高科技工业，或是卖汉堡的食品业，他们都以服务业自居。

国家行政学院出版社

服务

Service

陈淑君◎著



国家行政学院出版社

图书在版编目(CIP)数据

服务——从业人员服务意识提升培训/陈淑君著. —北京: 国家行政学院出版社, 2006

ISBN 7-80140-512-9

I. 服... II. 陈... III. 企业管理-商业服务-技术培训-教材 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 094947 号

书 名: 服务——从业人员服务意识提升培训

编 著: 陈淑君 著

责任编辑: 任 燕 刘 水

出版发行: 国家行政学院出版社

(北京市海淀区长春桥路 6 号 100089)

电 话: (010)68920640 68929037

编 辑 部: (010)68929095

经 销: 新华书店

印 刷: 三河国英印务有限公司

版 次: 2006 年 9 月第 1 版

印 次: 2006 年 9 月第 1 次印刷

开 本: 787 毫米×1092 毫米 16 开

印 张: 10

字 数: 240 千字

书 号: ISBN 7-80140-512-9/B·18

定 价: 25.00 元

作者简介



陈淑君，女，1963年5月出生，四川广安人，双学士，中国民航管理干部学院副教授。1984年重庆大学本科毕业，1992年重庆大学双学位毕业。研究特长为服务学、沟通学、领导学、危机管理与公关；作为第一主编撰写出版过专著《中西部地区中小企业加入WTO后面临的挑战》，《饭店经营竞争研究》；还主编了教材《饭店管理基础知识》，参与并主编了教材《大学生职业道德》和教材《现代公共关系学原理及应用》的编写工作。公开发表的论文30余篇。

电子信箱：chenshujuncq@yahoo.com.cn

美国著名的管理学家托马斯·彼得斯和罗伯特·沃特曼调查研究了全美最杰出的43家企业后指出：这些公司不管是属于机械制造业，或是高科技工业，或是卖汉堡的食品业，他们都以服务业自居。

服务是商品整体不可分割的一部分，在当今市场竞争中已成为市场竞争的焦点。为顾客提供优质、完善的服务是企业接近消费者，打动消费者的最快捷途径，也是企业品牌树立的途径。世界上知名企业在创名牌时，无不把为用户尽善尽美的服务作为他们成功的标志，力求从产品层次上升到服务层次。

策 划：辉 浩

责任编辑：任 燕 刘 水

封面设计： 杨拉国
85753557

前 言



随着经济全球化步伐的加快,越来越多的企业转变了经营观念,以“客户为中心”的理念开始在世界范围内广泛传播。新技术的广泛应用以及人才的频繁流动,催生了产品的“同质化”,企业要想在激烈的竞争中获胜,仅仅靠生产和销售质量过硬的产品来赢得客户已经远远不够,服务因素在竞争中已逐渐取代了产品价格而成为竞争的新焦点。企业正在经历从“以产品为中心”到“以客户为中心”的转变,客户服务质量正在成为众多企业实力的分水岭。优秀的企业纷纷通过建立自己的客户服务管理来拉近与客户的关系,更好地满足客户的需求,借此来确立和增强公司的竞争优势,客户服务时代已经到来,企业需要做的就是树立正确的客户服务理念,加强与客户沟通,为客户提供富有成效的优质服务。

市场的竞争实际上是争夺客户的竞争,谁能不断为客户提供满意的产品和服务,谁就能赢得顾客的心,只有对企业的产品和服务感到满意的客户才会最终成为企业的忠诚客户。

服务理念是企业为建立理想客户关系、赢得客户忠诚所确定的基本信念和价值标准,同时也是企业员工在从事服务工作中应遵循的基本信念和准则。“用户至上,用心服务”是本书自始至终强调的观点。

“从心开始”是沟通的基石和最高境界,只有用真心、用真诚去传情达意,才能使彼此的交流更为顺畅、更为高效、更为精彩。强调“沟通从心开始”,表明真心真诚的沟通将延续不断、永无止境。每一次心灵的交流和理解,都将打破心与心之间的隔阂,缩短心与心之间的距离,为下一步更高境界的心灵之旅做好铺垫。





“用户至上”强调的是永远把客户放在第一位,客户利益高于一切。用户至上,要求我们必须树立“用户是我们的衣食父母”的观念。用户需要我们,我们更需要用户,用户是我们存在的理由,是我们最大的无形资产。如果我们失去了服务的对象,没有用户的消费,也就意味着企业生命的停止。公司的用户愈多,人气越旺,愈显出企业的生机和活力。企业的生存和发展,领导的成就和业绩,员工的尊严和体面,全依赖于用户对我们的信赖和支持。

用户至上,要求我们必须树立“永远让用户满意”的观念。我们要把自己始终置于用户的严厉挑剔和审察之下,虚心接受来自各方面的意见和建议,从善如流,不断改进服务,使之达到尽善尽美。一旦对客户服务不到位,公司需要用十倍甚至更多的努力去补救,挽回不良影响往往比争取良好的印象更迫切。做一次令用户满意的服务并不难,难的是长期为用户提供不厌其烦、不畏其难的优质服务,始终坚持让用户满意,从而留住老用户,争取新用户。

用户至上,要求我们必须树立“内部服务链”的观念。在企业内部的各个环节中,下一环节就是上一环节的用户,下一环节的需求就是上一环节的工作目标。要通过努力提高“内部服务链”的运转质量,来保证和提升“外部服务链”的工作质量。

“用心服务”则强调的是在服务中要遵循的基本准则,用户满意就是我们的工作标准,我们就是要用真心来创造感动。“用心服务”的真谛是要求员工发自内心真心地为用户服务,这种服务融入了感情,倾注了心血,因而具有极大的感染力和生命力,最容易为用户认同和接受。企业为用户服务的关键在于“用心”,“用心”光有笑脸是不够的,要做到“真心、诚心;倾心、热心;细心、耐心”。

用心服务,一要真心、诚心,即服务要从心灵沟通开始。只有用真心、用真诚去传情达意,才能使彼此的交流更为顺畅、更为高效、更为精彩。每一次心灵的交流和理解,都将打破心与心之间的隔阂,缩短心与心之间的距离,为下一步更高境界的心灵之旅做好铺垫。服务从

心灵的沟通开始,从企业外部的角度来看,是企业对外的诚挚承诺;从企业内部的角度来看,是企业对内基本的文化规范。我们公司员工与用户之间心与心最惬意的沟通就是用户的满意和赞扬。

用心服务,二要“倾心”、“热心”,即倾注全部心血和精力全心全意为用户服务,实心实意替用户着想。倾心、热心服务,要求我们必须变被动、生硬服务为主动、微笑服务,使“我对用户微笑”的同时,“用户也对我微笑”;变简单、一般的服务为复杂、多样的特色服务,把“代办服务”、“社区服务”、“特需服务”、“绿色通道服务”、“首问负责制”等优质服务形式落到实处。心为用户所用,情为用户所系;急用户之所急,想用户之所想;想于用户未想之先,做于用户未做之前。

用心服务,三要“细心”、“耐心”,即细微处见真情,长期坚持见功夫。优质服务就是要从小事做起,从点滴做起,“勿以善小而不为”。细致入微,把一切细小的方面和环节都想到、做到;不厌其烦,耐心做到用户满意为止。这样,我们的服务就会尽善尽美,就不难与用户建立起牢不可破、长期共荣的相互关系,从而引导需求,满足需求。

服务无止境,用心服务到永远,我们用心追求客户满意。

编者
2006年3月



前
言

3

服务

目 录



第一章 心..... (1)

俗话说:“以心换心”。凡事只要你发自内地去做,就一定能够获得真心回报。无论是企业家还是商人,他们都提倡“诚信”二字,实际上“诚信”就是要凭良心做事,服务更是如此。

一、服务发自内心..... (3)

二、服务回报真心..... (5)

三、教育训练爱心..... (7)

第二章 要..... (11)

中国励志学第一人陈安之说过:“我要我就能。”只要你怀着真诚的态度,带着一颗感恩的心去做事,那么你就没有做不了的事。

一、要真诚..... (13)

二、要感恩..... (16)

第三章 美..... (21)

美好的事物能给人们带来一种享受,爱美是人的天性。同样,服务更离不开美,这里的美包括语言美、形象美、姿势美。

一、语言美..... (23)





二、形象美 (39)

三、姿势美 (42)

第四章 好 (45)

无论什么事情,只要做好了,都会有一个满意的结果。

同样要做好服务,就离不开业务水平、沟通技巧、客户满意度及服务效益四个方面。

一、服务技术好 (47)

二、信息沟通好 (55)

三、客人评价好 (64)

四、服务效益好 (69)

第五章 不 (73)

在与客人接触的过程中,要把握好度,尽量不让对方产生反感,从而做到以退为进,进一步掌握主动权。

一、不抱怨 (75)

二、不与客人争对错 (77)

三、不轻易承诺 (80)

四、不要过度 (83)

五、不以貌取人 (87)

第六章 投 (89)

如果你的服务能够投其所好,即能够迎合客户的心理,那么你的服务就是最优秀的。客户满意了,你的心情也会很愉快。“投桃报李”就说明了这个问题。

一、投石问路——服务市场营销 (91)

二、投其所好 (96)

三、“头头”是“道”——道歉的技巧 (105)

四、投桃报李——不给客人贴标签 (106)

五、情投意合——与客人达成一致的服务技巧 (109)

六、处理投诉的技巧 (115)

第七章 机..... (123)

不管做什么事情,把握住时机是相当重要的。中国有句古语:“差之毫厘,失之千里”。就说明一丝一毫的差错,有可能酿成大错,闯下大祸。服务也是如此,要求你在第一时间能为客人提供周到、细致的服务。

- 一、把握机会..... (125)
- 二、创造机会..... (126)
- 三、珍惜机会..... (129)
- 四、利用机会..... (132)
- 五、危机补救..... (135)
- 六、危机转变..... (137)
- 七、个人危机管理..... (146)



第一章 心

从业人员服务意识提升培训

俗话说：“以心换心”。凡事只要你发自内地去做，就一定能够获得真心回报。无论是企业家还是商人，他们都提倡“诚信”二字，实际上“诚信”就是要凭良心做事，服务更是如此。

service

一、服务发自内心

我们应该认识到服务是从心开始的。服务必须发自内心，否则，再多的培训、再系统的理论和再好的培训都无济于事。你能够解释有关服务的知识和原理，也能够让人确信提供良好的服务是必须的，但这仍不足以对服务人员产生持久的影响，因为许多从事服务行业的人并不是真正用心去服务，他们总是抱怨：“为什么要我去侍候别人？”“为什么我要受客人的气？”“为什么倒霉的事情全让我碰上了？”

有时候，不要把思维停留在“为什么”上，而应该集中在“去做些什么”，这样会好一点。设想一下：如果一个人被箭射中后，没有人去关心和医治他的伤，而是不断地问：“谁射的箭？为什么会射中这个人？箭从哪里来？又会射向哪里？”请问这些对解决问题有帮助吗？实际上，受伤者急需解决的一个问题是尽快拔出箭并得到及时医治。

服务来自于你自己的意愿：乐于为别人服务，并给他们带来欢乐。看到你的客人开心的笑容，那就是你服务的源动力。你越是爱你的客人，客人给你的爱也就越多。反之，你越不喜欢你的客人，你也就会得到许多不愉快的回应。因此“乐于为客人提供服务，并给他们带来欢乐！”这应是你内心本能的愿望。这一愿望应该是排除了单位的规章制度约束而被迫的服务行为，也不是物质利益的诱惑使你想去做的服务行为，更不因为这是你必须完成的任务而无奈的服务行为。乐于为别人服务，并给他们带来欢乐已经是你生活中的一种习惯，没有了这种习惯，你的生活将毫无快乐可言。能够赢得客人满意的服务才是通向完美服务的第一步。

有一个叫波尔特的年轻人，他是纽约某一饭店的员工。在一个寒冷的夜晚，他在饭店值班，快到深夜的时候，他已经巡视完了饭店的其他地方，来到了饭店的大堂。他看到一对老年夫妇正与饭店



前台员工说着什么，然后，老人家拖着疲惫的身体往饭店大门而去。看到客人衰弱疲惫的样子，波尔特就想到了自己在家乡的母亲，本能地让他觉得不能让老人家失望，老人家太累了，他们应该得到很好的安排和照顾，于是他叫住了将离去的老人。在饭店客房已经满员的情况下，他安排员工在他的办公室支上了床，生上了炭火，一间温暖、舒适的临时客房诞生了。这对老人在遭遇无数拒绝以后，在身心极度疲惫的时候遇到了好人，在这温暖的房间里，安静地睡了一个晚上。波尔特的这种做法对现代饭店的从业人员来说是否合适暂且不去说它，但波尔特先生用心为客人服务的精神，以及对老人的怜爱却是服务人员应有的品质。

第二年，该城市有了一座豪华饭店，在饭店的开业典礼上，老人讲述了一年前发生在他们夫妇身上的感人一幕。然后，老人非常激动地宣布：我把这家饭店交给波尔特先生管理。这是作为对他在纽约寒冷的冬夜为我们夫妇借宿一夜的感谢。我们夫妇相信，我们将毕生的心血交给这位年轻人去经营，他一定会让全世界的人都能够感受到温暖，它也将是世界上最好的饭店。老人的预言没有错，这位年轻人将饭店经营成了世界上最有名的饭店。

类似的故事每天都在上演：

在美国费城，一个阴云密布的午后，突然下起了暴雨，行人纷纷到就近的店铺躲雨。一位浑身湿透的老妇人，走进了费城百货商店，她衣着简朴，显得很狼狈，所有的人都对她视而不见。

唯有一位年轻人主动上前对她说：“夫人，我能为您做些什么？”妇人微笑着说：“不必了，等雨停了，我马上就走。”雨还在不停地下，好像没有要停的样子，老妇人显得越来越不安，在别人的屋檐下躲雨，不买点东西似乎不近人情。于是，在商店里转悠起来，可是没有看到合适的东西，她很窘迫，露出了茫然之色。年轻人见状走了过来，说：“夫人，您不必为难，我给您搬来了一把椅子，您坐着休息一会儿吧。”老妇人向年轻人道了谢，并执意要了张名片就离

开了。

几个月后，费城百货公司的总经理收到了一封信，信中要求将这位年轻人派往苏格兰收取装潢一整座城堡的定单。这封信带来的收益相当于百货公司两年的利润总和。原来，这封信就是老妇人写的，她就是美国“钢铁大王”卡内基的母亲。这位年轻人名叫菲利，几年后，他凭着踏实和真诚，成为卡内基的左膀右臂，事业扶摇直上，飞黄腾达。

其实，生活中的奇迹往往就发生在不经意间，有时是你的一句话，有时是你的一个举手之劳；甚至是你的一个微笑或肯定的眼神。只要你乐于为别人服务，并为他们带来快乐，这些事就是你极易做到的小事，但作用却无比巨大。

二、服务回报真心

为自己工作，你的工作将是最美的。有这样一位客人，通过他经历的一件事情告诉航空公司的员工，空中服务的水准、服务规范、提供帮助恰到好处而不过做作……要做到这些除了制度的完备、空乘对规范的熟练掌握、机上主管领导指挥有方外，更重要的是取决于他们的心态。事情是这样的：

这次乘机我选择了一个后舱安全门处靠窗的座位，午餐时忽然想到一个有关工作的问题，故匆忙吃完，想空出桌子工作。当我端着餐盘往过道走时，恰有一位空乘与我擦肩而过，不幸的是她没有看到我……我即自行送餐盘往后走，又遇到一位空乘手拿物件迎面而来，我请她先收一下，答曰：请等一下，待她先将手中的东西送给需要的乘客。而她刚刚挤过一架送饮料的服务车，她的另一只手是空着的，服务车的两端又各有一位空乘，我和服务车远端空乘之间的总距离不到2.5米。尽管那位女孩当时面带微笑，我能够领悟到她当时心里只有一个字——“烦！”。我确实“多事”了一点。但



如果当时立即达到“目的”，或是听到“请问……”“……如果不是非常着急的话，我们很快回来收……”那她当时的心态就真正端正了。

乘务人员应该懂得“在相互尊重的前提下，向客人提供的服务也就是给自己的未来多了一点机会，堆积起来就是一个大机会。”换一句更通俗的话——我们不是为别人工作，而是在为自己工作。我们中的很多人，在繁琐、枯燥的工作中，忘记了这条重要的人生格言，被工作中的不顺和困难所困，越来越多地失去对生活的积极感受。为自己工作：简单地说，我们是在靠工作给自己挣钱，从深一步理解，我们的努力终会有回报，几分耕耘几分收获。

在一个又冷又黑的夜晚，一位老妇人的汽车在半路上抛锚了。她等了半个多小时，总算有一辆车经过，开车的男子见此情况便下车帮忙。几分钟后，车修好了，老妇人问他要多少钱，他回答说，他这么做，只是为了助人为乐。但老妇人坚持要付些钱作为报酬。中年男子谢绝了她的好意，并建议把那些钱给比他更需要的人。最后，他们各自上路了。老妇人到了一家咖啡馆，一位身怀六甲的女招待即刻为她送上一杯热咖啡，并问她为什么这么晚还在赶路。于是老妇人就讲述了刚才遇到的事情，女招待听后感慨这样的好心人现在太难得。老妇人问她怎么工作到这么晚，女招待说是为了迎接孩子出世而需要第二份工作的薪水。老妇人听后执意要女招待收下200美元小费。女招待惊呼她不能收下这么一大笔小费。老妇人回答说：“你比我更需要它。”女招待回到家，把这件事告诉了她的丈夫，你知道吗？原来她的丈夫就是那个好心的修车人。

这些故事说明了一个道理：付出总有回报。我们在服务的同时，也赢得了自己的将来。你做的一切都会在将来的某一天、某一时间、某一地点，以某一方式，在你最需要它的时候回报给你。