

Mc
Graw
Hill

世界级大公司员工培训的顶级之作

无论是什么工作，其本质就是一种服务。

只有把服务做得最好的人，才是最后的成功者！

Super Service

金牌服务



[美] 瓦尔·吉 杰夫·吉 著



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

音训的顶

就是一种服务

只有把服务做得最好的人，才是最后的成功者！

Super Service

金牌服务



[美] 瓦尔·吉 杰夫·吉 著
曹爱菊 译

中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

金牌服务 / [美] 吉等著; 曹爱菊译. -北京: 中信出版社, 2004.7

书名原文: Super Service

ISBN 7-5086-0254-4

I. 金… II. ①吉… ②曹… III. 企业管理: 销售管理-商业服务 IV. F274

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第071141号

Super Service by Jeff Gee and Val Gee

Copyright © 1999 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and CITIC Publishing House.

ALL RIGHTS RESERVED.

本文中文简体字翻译版由中信出版社和美国麦格劳-希尔教育 (亚洲) 出版公司合作出版, 未经出版者预先书面许可, 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McGraw-Hill公司标签, 无标签者不得销售。

金牌服务

JINPAI FUWU

著 者: [美] 瓦尔·吉 杰夫·吉

译 者: 曹爱菊

责任编辑: 李 耀

出 版 者: 中信出版社 (北京市朝阳区东外大街亮马河南路14号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 北京忠信诚胶印厂

开 本: 880mm × 1230mm 1/32 印 张: 5.25 字 数: 64千字

版 次: 2004年8月第1版 印 次: 2004年8月第1次印刷

京权图字: 01-2004-0467

书 号: ISBN 7-5086-0254-4/F · 760

定 价: 15.00元

版权所有·侵权必究

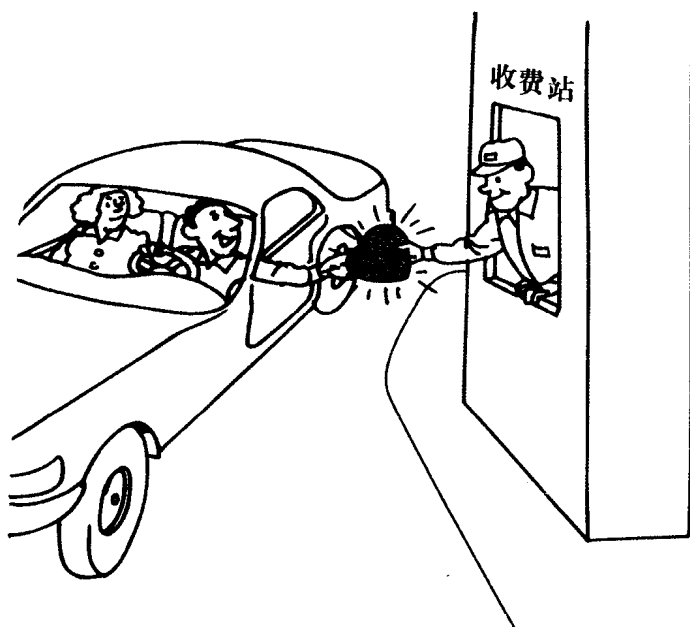
凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。服务热线: 010-85322521

<http://www.publish.citic.com>

010-85322522

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com



从服务提供者的角度来看，提供金牌服务有什么意义呢？

有一个发人深思的故事：马蒂是个收费员，他用微笑和问候迎接每一个在他的收费站停车交费的驾车人，把**金牌服务**推向了一个新的境界。当我把这个故事讲给一群服务提供商时，他们说：“我们倒是想把服务做好，但是我们看不出这会对我们以后有什么好处。所以我们永远不会把‘真心’全部放在服务上！”他们开玩笑地说他们不会做“永远微笑的收费员”，像马蒂那样的人毕竟太少见了。这个反馈很好，它让我们重新来看待一些基本的问题：

1. 从服务提供者的角度来看，提供**金牌服务**有什么意义呢？
2. **金牌服务**会在多大程度上让服务提供者的生活更轻松、更有趣、更有意义？
3. 本书怎样能让一个对工作失望、不满、厌烦的服务提供者，把自己的工作看做是“惟一”的工作呢？

当然，这些问题的答案不是从生产率或者客户的角度出发的。答案最终来自你自己——你这个服务提供者，因为无论身在何处、做什么事情、有何感受，你都无法摆脱你自己。本书就是想帮你感受为客户提供金牌服务的乐趣，从而帮你从自身发现力量和快乐的源泉，尽管有时你不想这么做，或者有的客户不值得你为他们这么做。

想一想吧，这是有道理的。漂亮地完成一项工作，谁的感觉更好？当你让客户开怀一笑时，谁更能感受到快

乐？当你帮助客户弄明白一个方法，学到了新东西，或者为他们提供了你工作中应该提供的其他服务内容时，谁会感到工作更有意义了？

服务提供者的工作非常重要，很多研究都证明了这一点，所以才有那么多公司不惜花费数百万元做市场调查。它们就是想知道：“我们的客户想要什么？我们怎样做才会让他们满意？”在写给营销人员、销售人员和管理人员的客户服务书籍中，都能找到这些调查的结果。

不过，我们更感兴趣的是一线的服务提供者如何通过提供金牌服务来丰富自己的生活，而不会在每天结束时感到心力交瘁。因此，本书针对的是像你这样的服务提供者每天遇到的问题以及如何解决这些问题。我们相信你会让你自己和客户都满意，因为《金牌服务》所传达的是积极的生活哲学。

如果不相信，就来看看马蒂的故事，然后再问问自己：“马蒂每天工作结束时快乐吗？他付出了什么代价？他给别人的生活带来了什么影响？”下面就是马蒂的故事，看看你对此有何感想。

马蒂在伊利诺伊州一个繁忙的收费站工作，每天他就站在收费站出口处。不管什么样的天气（芝加哥冬天的气温在零度以下），马蒂总是站在那里。有时雨下得很大，他就像个渔夫一样身上披着雨衣。他的工作就是看着汽车驶过，所有其他的收费员也都这么做：看着就行！但是和别人不一样的是，每天有数千人宁愿驾车多走10条街，就是

为了要经过他的收费站。

为什么呢？如果你投了币，手还伸在外面，他就会在你开车过去时与你击掌，以示友好。如果你“嗖”的一声开过去，而手已经缩回了车里，他就会点点头，看着你的眼睛说“嘿，一路顺风”或者“祝你好运”。

我们对他非常好奇，所以有一天我们把车停在路边，然后向他走过去。

“你能抽出两分钟时间吗？”

“嗯，我有点忙。”他一边说，一边向驶过的车辆点着头。然后又说：“没问题。”

我们直截了当地问：“每天早上你怎么总是这么开心？”

“这是我的工作！”“一路顺利！”马蒂大声招呼着，对工作仍是一丝不苟。

“但其他收费员都只是站在那儿。他们不会对任何一个驾车驶过的人打招呼，除非出现了问题。”

“做什么不做什么，是他们的生活选择。我的选择就是要尽力做到最好。我的任务就是为这些人服务。”

“为什么？”

“我必须这样做！”他说。我们一脸茫然，希望得到更多解释。“当我看到这些驾车人带着痛苦和焦虑的表情从我这里经过时，我就觉得应该让他们快乐起来！”

“你这样做有多长时间了？”我们问着，心想他会说最多不过一年。

“20年了。”

“那你每次都伸手和人打招呼，说‘一路顺风’，是吗？”

“是的。”

“噢，再问个小问题，你觉得这样做很自然吗？”

“是的。”

马蒂没有受过服务方面的训练，也没有人让他提供这样的服务，而他竟能自己主动这样去做。他真的很了不起！如果他不在那儿工作了，我们都会想念他的。

马蒂可以花20年的时间去抱怨为什么没有人自己伸手与人打招呼的服务付费，可他并不这样想。本书讲的就是他的故事。为客户服务，不仅仅是站在客户的角度上考虑问题，还要记住：客户是一个人，他也许有房租要付，有贷款要还，有子女、配偶、父母要供养，他是一个与你一样生活有难处的人。

马蒂也可以认为：自己的工作就是与那些制造噪音和污染的四轮机器打交道，它们来来往往，永不停歇。但他想到的却是坐在车辆中的人——他的客户。他注意到了他们来到收费站前的不便：**为了交费，他们必须减速停车。**

马蒂想到，为客户服务的最好方式就是让他们觉得减速停车是值得的，甚至让他们心存期待地通过这个收费站。他的目的就是要让驾车通过的人感到付出的40美分相对于他这个收费员送出的友好，是微不足道的。只要和马蒂交谈一下，你就会感觉到他的自豪。他接过这份工作，并把工作提升到一个高度。他热爱这份工作，他的客户也喜欢他的收费站，这就是一种双赢。

故事就是这样的。不错，不是每个人都愿意做收费员，但是如果你是个收费员，你愿意快乐地去做吗？你愿意做得与众不同吗？你愿意让人记住你吗？

马蒂体现了真正意义上的服务：一个人要用心对待自己的工作，并相信自己的付出能够、也一定会让他人受益。

也许你仍会说：“不，我不想安于这样的工作，否则我可能一辈子都要做收费员了！我宁可抱怨、郁闷、对客户发脾气，这样我的怨气就会催我上进，或者另谋高就，只要不在这儿，到哪儿都行！”

但问题是，事情通常不会按照你的意志发展。你是否注意到，抱怨的人到哪儿都会抱怨，哪怕他已经得到了世界上最好的工作，他还是会抱怨。所以，如果你对目前的工作真的不满意，那么去换个工作，但不要抱怨，不要跟自己和你的公司过不去。

你要注意——在寻找新工作的同时，要在**现有的工作岗位上努力提供金牌服务**。你可以把这段时间称为实习期。当你真正厌倦了一份工作或者这份工作让你大材小用，而你依然能提供一流的服务时，你的整个生活都会发生改变。这就是金牌服务的真正内涵——让你的人生更精彩。

我们来看看**金牌服务**会让你如何受益。

1. 会得到一种良好的感觉。当你提供金牌服务时，得到最多服务的人是你自己。
2. 不需要客户的同情。不管客户是否值得你为他们提

供金牌服务，只要自愿这样做，你就能把握自己的感受。

3. 你的生活会变得更轻松、更快乐、更有意义。当你在内心储备积极的力量时，它就会在你生活的各个方面生长，积极的力量会吸引更多积极的力量（消极的力量同样会吸引更多消极的力量）。

4. 别人会注意到你出色的工作，你会变得更有价值。当你厌倦自己的工作或者把工作仅仅视为工作时，你一定希望能有所改变。问题是，如果沉浸在一种精神疲惫的状态中，就很难得到改变。但假如你能改变一下自己的态度，那么可能整个世界都会充满新的机会。

导言

第一部分 基本原则

- 003 * 第1章 问题的核心
- 027 * 第2章 任何时候都提供最佳服务

第二部分 提供金牌服务的七个关键

- 039 * 第3章 客户服务关键之一：端正的态度
- 049 * 第4章 客户服务关键之二：了解客户的需求
- 059 * 第5章 客户服务关键之三：清晰的交流
- 067 * 第6章 客户服务关键之四：达成一致意见
- 079 * 第7章 客户服务关键之五：理解确认
- 091 * 第8章 客户服务关键之六：付出行动
- 107 * 第9章 客户服务关键之七：以满意需求为基础

第三部分 一流的客户服务技巧

- 115 * 第10章 如何应对不满意的客户
- 127 * 第11章 推销技巧
- 135 * 第12章 打电话的技巧
- 143 * 第13章 如何避免压力和焦虑

• • • • | 第 一 部 分 |

基本原则

Service



第 1 章

问题的核心



用心灵与客户沟通，意味着要意识到客户是一个完整意义上的人，就像我们每个人一样，有自己的欢乐、家庭琐事、对钱的忧虑以及工作上的问题。

本书为你准备了提供金牌服务的全面信息。

你将领会到的一个重要内容是：“除我之外，任何人都**都是我的客户**。”这一点对你这个职业服务提供者来说非常关键，所以必须反复对自己重复这句话：**除我之外，任何人都**都是我的客户**！**对客户的这个定义包括了公司内外的所有人——内部客户和外部客户。

通常我们认为客户是和我们讨价还价的人、销售对象，或者就像洗衣机一样是需要我们提供服务的人。其实，客户是人——有着人际关系的人。那么，如何与客户建立人际关系呢？

要点： 你可能很少注意到内部的客户，但他们却会从你的工作方式中受益或者受害。

“给你饮料，呛着你才好呢！”当客户抱怨服务太慢时，一位快餐店服务员就是这样做出反应的。服务员真的希望饮料呛着他的客户吗？也许不，这只是一句无心的话。而这正是服务中存在的问题：当我们觉得百无聊赖时就会心不在焉，心不在焉时就会听不懂客户的话。而当我们的话脱口而出时，还没等明白过来，就已经制造了不愉快的情况。

如果我们以自己希望得到的服务来为他人服务，就不会出现这种“情况”。问题是，多数人不想为他人服务。“服务”不是个让人喜欢的词，它是我们上中学或大学时为人打工时才做的事。在现实工作中，我们会想：“为不如我的人提供服务，不是我应该做的工作！”

其实，在“服务”这个词的众多定义中，有一个定义是“帮忙、帮助”。多数人只是在心情好、喜欢服务对象或者这样做对自己的事业有益时，才会提供帮助。克服这种态度的秘密武器是保持清醒。

你可能会说：“我很清醒，这种工作不适合我！”

按照本书的定义，“清醒”的意思是要意识到我们每个人生活在这个世界上不容易。也就是说，每天早上睁开双眼，我们应该说：“太好了，我还活在这个世上。”

“也许工作中我最讨厌的人，正折射出我对自身行为方式的不满意之处，这也正是我不愿意与这样的人为伍的原因。”

“清醒”意味着要问自己这样一个问题：“如果我立刻改变自己的态度，并做出退让，又会怎么样呢？”

做出退让好像是非常难的事，我们退一步，他们就会进两步，进而步步紧逼，这样最终我就会丧失自我！我该怎么办？

其实保持清醒会对你大有帮助：你让别人一步，也是给自己让了一步！多数情况下，当我们看到自己不喜欢的人时，就会想：“我看到过这个人给别人露出笑脸，但这个人从没对我笑过，他一定不喜欢我。”这个想法会变得越来越强烈：“他从不对我微笑，一定不喜欢我，所以我也要讨厌他！”

接下来发生的事会非常有意思——我们成了那个人的镜子。我们不对他微笑，就像他染上了可怕的病毒。换句话说，我们用这样的态度对待他，于是开始了恶性循环。

保持清醒就意味着我们要打破这个怪圈，首先我们要

留心与他人交往时的行为举止。我们注意到，也许有人认为对别人微笑是件困难的事，但他仍然可以下决心让自己对别人微笑。假如微笑得不到回应，那也没关系，因为我们想做个喜欢微笑的人。

假如你不喜欢微笑会怎么样？“我讨厌那个人，因为他的笑总是虚情假意的。”所以看到那个人时，你可能也只是虚假地笑笑（也许他走过去之后你会做个鬼脸）。还是那种情况，你成了他的镜子，你的脸上都是虚假的微笑。

那你该怎么做呢？你有权选择是对他皱着眉头，还是对他真诚地微笑。你可以对他说：“嗨，我经常见到你，但没打过招呼。我想自我介绍一下。”这样做的时候，你就清醒了，你就打破了不友好的怪圈。这才是一种自由自在的感觉！

达美乐比萨有一个充分利用微笑力量的新的营销口号——“每天送出100万微笑”。这个活动的策划就源于简单而传统的营销基本原则：礼多人不怪。达美乐比萨意识到，他们的产品、外卖和服务让他们有了和众多客户面对面交流的机会，那为什么不在送出每份比萨的同时，也送上一个微笑呢？

给予者还是索取者

提供金牌服务的专业人士都是伟大的推销员。他们明白为他人服务会给自己带来快乐，这种快乐会让他们出色地完成工作。他们具有这样一种心态：“我为你服务，我们就会双赢。”