

这样服务最优秀

优秀服务必做的 25 件事

Zheyang
fuwu
zuiyouxiu

李功成◎编著

在日益激烈的市场竞争中，优质服务是一种最有效却花费不多的吸引客户、留住客户的方式。

用最优秀的服务打动客户，在服务中体现人生价值！

我们正在步入一个服务经济的时代。相信每个人都能深刻地体会到，我们的工作、生活与服务越来越息息相关，服务正成为推动社会财富与经济增长的重要动力。服务的重要性引发了社会对于服务管理最新知识与理论的强烈需求。

这样服务最优秀



Zheyang
fuwu
zuiyouxiu

优秀服务必做的 **25** 件事

图书在版编目 (CIP) 数据

这样服务最优秀 / 李功成编著. —北京 : 中国华侨出版社, 2010. 10

ISBN 978 - 7 - 5113 - 0613 - 5

I. ①这… II. ①李… III. ①服务质量 - 质量管理
IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 159170 号

这样服务最优秀

编著/李功成

责任编辑/杨 君

经销/新华书店

开本/710 × 1010 毫米 1/16 开 印张/14 字数/150 千字

印刷/三河市祥达印装厂

版次/2010 年 10 月第 1 版 2010 年 10 月第 1 次印刷

书号/ISBN 978 - 7 - 5113 - 0613 - 5

定价/26.00 元

中国华侨出版社 北京市安定路 20 号院 3 号楼 邮编: 100029

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编辑部: (010) 64443056 传真: (010) 64439708

发行部: (010) 64443051

网址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com



前言

在如今技术高度发展、产品趋同的形势下，一个企业如果想存活并发展，就一定要有超越产品的让客户为之心动的理由；一个服务员如果想让自己的职业生涯更加长久，就要有自己独特的服务魅力。只有乐于把方便给予他人，把利益给予他人，把温暖给予他人，把服务给予他人的人，才能塑造出企业和企业中员工独特的魅力，赢得客户的心。

优质的服务是树立企业信誉的关键，目前“客户至上”的呼声遍及全球每个角落，大家希望得到的是广泛而又专业的服务。看过不少企业家的成长故事，但记忆最深刻的，还是台塑创始人王永庆卖米的故事。王永庆15岁小学毕业后，到一家小米店做学徒。第二年，他用父亲借来的200元钱做本金自己开了一家小米店。为了和隔壁那家日本米店竞争，王永庆颇费了一番心思。当时大米加工技术比较落后，出售的大米里混杂着米糠、沙粒、小石头等，买卖双方都是见怪不怪。王永庆则多了一个心眼，每次卖米前都把米中的杂物拣干净，这一额外的服务深受客户欢迎。王永庆卖米多是送米上门，他在一个本子上详细记录了客户家有多少人、一个月吃多少米、何时发薪等。算算客户的米该吃完了，就送米上门；等到客户发薪的日子，再上门收取米款。他给客户送米时，并非送到就走人。他先帮人家将米倒进米缸里。如果米缸里还有米，他就将旧米倒出来，将米缸刷干净，然后将新米倒进去，将旧米放在上层。这样，米就不至于因陈放过久而变质。他这个小小的举动令不少客户深受感动，铁了心专买他的米。



就这样，他的生意越来越好。从这家小米店起步，王永庆最终成为台湾地区工业界的“龙头老大”。后来，他谈到开米店的经历时，不无感慨地说：“虽然当时谈不上什么管理知识，但是为了服务客户做好生意，就认为有必要掌握客户的需要，没有想到，由此追求实际需要的一点小小构想，竟能作为起步的基础，逐渐扩充演变成为事业管理的逻辑。”

这个故事给了我们很深的启发甚至是感动。同样是卖米，为什么王永庆能将生意做到这种境界呢？关键在于他用了心！用心去研究客户，研究客户的心理，研究客户的需要，研究如何去满足客户的需要。不单纯卖给客户简单的产品，而且将客户的需求变成自己的服务项目，与产品一同给予客户。所以他的生意才能够越做越大，由此可见服务的作用之大。

改善服务态度，提供满意服务，并没有增加多少成本，却能提高客户满意度，赢得客户的信任。随着人们生活水平的提高，支付能力的增强，客户越来越心甘情愿地为获得高档优质的服务而多花钱，依靠价格竞争已经难以取胜，而服务优势在竞争中的作用日益增强。

《这样服务最优秀》一书就是将服务环节中的重要部分提炼出来，整理出必须做到的 25 件事，把精细化服务的细节归纳成册，为你的服务提供了一个不可或缺的操作指南。

目录

CONTENTS

01 完美服务需要好形象 / 9

服务存在于我们日常生活的每一部分，我们无时无刻不在享受着别人所提供的服务，同时也在付出自己的服务。我们不能够忍受一个衣着邋遢的餐厅服务员为我们上菜，也不会穿着运动服去接待自己的重要客户，因此，完美的服务需要一个好形象。

02 初次交流抓住交谈重点 / 9

交流是服务环节中重要的一环，如果沟通不畅，就不能够提供让客户满意的服务，如果客户享受不到他所希望获得的服务，你就失去了这个客户。交流的关键就在于你能够在与客户沟通的短时间内抓住话题的重点，了解对方想要表达的意思。

03 简洁准确的语言提升好感 / 17

什么样的语言不仅在服务中是最美的，还能够提升你在客户心目中的好感？那就是简洁准确的语言。简洁准确的语言可以让我们在客户的心目中塑造出智慧而专业的形象，从而赢得他们的信任和好感，为我们接下来的服务打下良好的基础。



目

录





04 幽默谈吐拉近客户关系 128

幽默是一种特殊的情绪表现。它是人们适应环境的工具，是人类面临困境时减轻精神和心理压力的方法之一。因此，在与客户接触的过程中，多运用幽默的语言，能够拉近服务人员与客户的距离，帮助我们更好地为客户服务。



05 把握服务中的销售时机 131

我们为客户服务时，只有一个目的——将我们的产品或者服务销售出去。为了达到这个目的，我们不仅仅需要在与客户沟通时有一个良好的开端，还需要在交流过程中把握好销售的时机，这样才能够不仅满足客户的需求，同时也销售了自己的产品或服务。



06 控制客户全部注意力 141

美国的好莱坞电影可以说在世界上取得了巨大的成功，其电影制作人通过研究发现，人的注意力通常只能够维持3分钟，因此，他们通过各种手段如紧凑的故事情节、蒙太奇的拍摄手法等不停地吸引和控制观众的全部注意力。如果我们能够在服务中控制客户全部的注意力，也同样能够取得巨大的成功。



07 掌握心理是高效服务的关键 149

在现代社会中，客户对于服务水准的要求越来越高，他们不仅会对自己所处的环境、买到的产品有所要求，并且更加关注在购物的过程中是否能够保持轻松愉快的心情。因此，服务人员必须对客户心理有所了解，时刻关注客户的心理变化，是高效服务的关键所在。



目

录



2

.....

08 让客户享有自主权 /59

作为服务人员，需要站在客户的角度去思考：如果自己是客户，自己到底需要的是什么样的服务？需要热情周到、受人尊敬，更重要的是有自主决定的权利。将自主权交给客户，最后总能够得到丰厚的回报。

09 主动满足客户需求 /69

优质服务最难的部分，可能就是要时时刻刻关注客户的感受，并及时主动地去满足客户各种各样的需求，只有这样才能使客户认可我们的服务，从而成为我们的忠实客户。

10 总是超越客户的期望 /79

如果我们在服务工作中总是超越了客户的期望，那么就能够不断地提高客户的满意度，从而加强客户的忠诚度，使其真正成为我们的长期客户。

11 时刻为每次服务做好准备 /87

服务行业就是一个与人打交道的行业，作为服务人员的我们时时刻刻都在准备着提供我们的服务，这就是我们的工作，因而，为每一次服务做好充分的准备是十分必要的。

12 不断提升专业素质 /95

什么是专业素质？它是你服务生命的灵魂和基础，是你超越自我、真正给你职场自信的力量和武器。



目

录



3

13 个性化服务吸引更多客户 / 108

所谓个性化服务：是指为客户提供具有个人特色的差异性服务，以便让接受服务的客户有一种自豪感、一种满足感，从而给他们留下深刻的印象，并赢得他们的忠诚而使其成为回头客。

14 让客户帮自己说话 / 111

客户总是对服务人员抱着怀疑的态度，甚至有的时候会不相信服务人员所说的话，如果这个时候有其他客户的肯定，必然会让我们的工作事半功倍。

15 给服务贴上“诚信”的标签 / 121

在服务中，对于客户来说，最能够使他产生对商家信任感的是，不管任何情况，服务人员所付出的每次服务都必须是诚信的。

16 对每个人真诚道谢 / 129

对每个人真诚道谢，这句话中包含了两个要点，一个是真诚，一个是礼貌。成为一个有人格魅力的服务人员，对于服务过程中的客户来说，绝对能够获得一种舒适的感受。

17 让自己的服务成为模式 / 137

使自己的服务成为别人争先效仿的对象，这就证明你已经将服务的质量提高到了一个全新的高度，已经成为了一种固定的模式。



目

录



4



18 优质服务来自团队力量 / 145

优秀的服务从来都是集体作用的结果，一个人的力量是渺小的，我们要明白，一加一在实际服务操作中可能大于等于二，团队的力量不可忽视。



19 以客户为中心提升满意度 / 153

要想客户满意，就要站在客户的角度了解他们的需求，认同他们的感受，遵循他们的心理，获得他们的信任，这样才能够提升其满意度，使他们成为长期稳定的客户。



20 遇到投诉必须镇定 / 161

遇到投诉时，很多服务人员都是还没有问明情况就先推卸责任，而优秀的服务人员则是先稳定自己的情绪，镇定地去了解具体情况，这就为投诉问题的解决打下良好的基础。



21 有承担错误的勇气 / 169

一个人贵在有承认错误并担负起责任的勇气，而一个企业能够成功也是因为它负起了应尽的责任。这种勇气和责任，正是赢得客户的最重要的一个砝码。



22 永不反驳和质疑客户 / 179

客户需要得到服务人员的尊重和理解，而最能够让客户感受到这种尊重的，就是服务人员对于客户需求的理解和认同。不直接对客户加以反驳和质疑能够使我们与客户更好地沟通，提供高质量的服务。



目

录



5



23 以退为进，保护己方利益 /189

在对客户进行服务的时候，表面上看起来吃亏的一些事情，往往能够带来更大的利益：而当客户提出你无法满足的要求时，有策略地以退为进，是能够非常有效地保护己方利益的一种手段。



24 优质的服务贵在坚持 /199

无论多么优质的服务，如果仅仅是昙花一现的话，也不能够在客户的心中留下非常深刻的印象，而当一种服务方式被自始至终都贯彻下来时，仅仅是平凡普通的服务也会因为这种坚持而弥足珍贵起来。



25 细节服务永远没有终点 /207

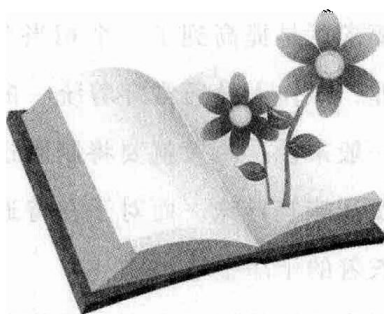
细节服务就是要在具体、琐碎、细小的地方下功夫，力求完美，为客户提供无可挑剔的服务，而这样的服务是没有终点的。



01

完美服务需要好形象

服务存在于我们日常生活的每一部分，我们无时无刻不在享受着别人所提供的服务，同时也在付出着自己的服务。我们不能够忍受一个衣着邋遢的餐厅服务员为我们上菜，也不会穿着运动服去接待自己的重要客户，因此，完美的服务需要一个好形象。



优秀服务箴言：

决定一个陌生人好恶的首要因素是他的形象，一个衣衫得体的人总能赢得他人的好感。

——卡耐基



我们在对客户进行服务的时候，最需要的就是客户的好感，而这种好感往往首先建立在我们的形象之上，这包括了我们的外表以及待人接物时的礼仪。无论理性或非理性的观点，对人的印象是以衣着和仪容作为评价标准之一。

“穿着显示人的外表。人们在判定人的心态，以及对这个人的观感时，通常都凭他的外表，而且常常这样判定，因为外表是看得见的，而其他则看不见，基于这一点，穿着特别重要……”英国女王伊丽莎白在给威尔士王子的信中曾这样写道。

事实证明英国女王并非言过其实。过去，人们穿衣服仅仅是为了防寒、保护身体，但是，今天衣服除了这一基本功能外，最重要的功能就是修饰外貌、展现美感。一个人穿着白大褂就容易被别人当成医生，穿着法官服就又会被人联想成既有丰富学识又高高在上的司法权威。服装无不被人们与某种特色的形象气质联系在一起。而对于每天都在跟人打交道的服务业人士，对于服装的要求更是提高到了一个相当严格的高度。在酒店、银行、机场这种服务行业，工作人员通常穿着统一的制服，对于制服的整洁度也有严格的要求，一般来说，两天就要将制服送去清洗，以保证沾染少量灰尘的衣服不会散发汗味等异味。而对于在普通公司，虽然没有统一的制服，但必须要保证衣着的干净整洁。

出色的外表可以提高整体的服务水平。就像包装礼物一样，外表越统一，就越会给人留下积极的印象。迈克尔·列文（Michael Levine），洛杉矶一家公关公司——列文公关公司的创始人，《游击队：怎样成功进行一次有效的公关活动》一书的作者，把这个现象称之为“蒂芙尼理论”。根据列文的说法，在你送别人礼物的时候，如果装在蒂芙尼的蓝盒子里，他们会认为这个礼物要比把礼物直接送给他们，或者装在名气小一点的盒子里都要贵重一些。列文认为，我们生活在一个包装的文化中，政客、公司经理、体育明星、演员、新闻电视节目都是包装过的。无论我们是面试一份工作，了解一项促销，提供一种服务，他都认为，人们买的是我们的整体



包装，我们的穿着就是包装的重要的一部分。成功的服务人士知道有目的包装的价值，这也就是优秀服务的基本要求之一——完美的外型。

那么怎样才能在服务中有一个完美的形象呢？

1. 角色定位法

如果我们从事的行业没有统一着装的要求，我们就更应该注意自己的外形是否符合为他人提供服务的基本要求，也就是说我们必须要看清楚自己的角色。如果你在银行里工作，你就要看上去像个银行职员；如果你在美发沙龙工作，就要有发型师的样子。

杰奎琳·惠特摩尔是美国享有盛誉的礼仪专家、棕榈滩礼仪学校校长、美国各大广播电视台知名人物、畅销书作家。她曾经在沃尔特迪斯尼世界海豚酒店工作过，离开酒店之后，她参加了西北航空公司的一次面试。当时，西北航空公司正在进行一次全国范围内的空中服务员招聘活动，招聘人员那时正好来到杰奎琳的家乡。面试的前几天，杰奎琳致电西北航空公司，同一位员工进行了对话，不仅询问了关于公司和公司历史的一些问题，还询问了一下空中服务员的穿着。面试的当天，杰奎琳和其他300位申请者一起出现，但是你很容易就能把她从人群中辨认出来，因为她是唯一看起来像空中服务员的候选者。杰奎琳穿了一件深蓝色的裙子，同色的短上衣，白色领子的衬衣，黑色长筒袜，藏青色的高跟鞋。选拔的过程中，每个申请者都被要求站在观众面前，用一分钟时间谈谈自己为什么想在航空公司工作。第二天，杰奎琳便接到了预料之中的电话，招聘主管要求她去参加第二次面试。第二次面试进行得很顺利，杰奎琳当场被录取。那天只选择了三个人，我可以确信面试主管选择杰奎琳的原因是因为她看清了自己的角色。

衣着可以贬低或者提高一个人的外部形象。当你在为别人提供服务的时候，选择一套精致的套装会提升你的形象并获得客户的好感，同时也能够提升你的自信心，让你的聪明才智和天赋发挥出来。



2. 适应场合法

我们的着装一定要与自己所在的公司氛围以及与客户见面的场合相适应，才能够强化自己在客户心目中的专业形象。有些公司的风格比较严谨，要求员工身着职业装，作为其中的一员就不能够穿着随意地去工作。而我们在为一些大客户提供服务的时候难免会接触不同的场合，这个时候就更加要求我们穿着适合这种场合的服装和装饰。

服务业中，得体的着装会为服务工作增色，它不仅是个人素质、修养和品位的体现，还表现出服务人员对工作的高度重视、对客户的尊敬，也是企业形象和企业文化的一种外在表现。

安娜是一家网络公司的初级职员，她的职位是销售代表。和她的同事们一样，不管是从着装、工作和公司聚会以及活跃气氛等方面的表现来看，她都显得很低调。可是，她那条从大学时代就蜷缩在整个右手臂上的纹身，以及左鼻孔上挂着的鼻环还是令她很容易被大家认出来。说实话，她自己很喜欢这份工作，同时也喜欢这种能彰显自己个性的工作氛围。所有这一切都在那一天结束了。安娜所在的公司因为风险投资失败需要裁员，安娜被列入第一批裁员名单。公司为什么选了她？原因很简单，虽然同事们很赞赏她独特的个人风格，但是老板却不得不在安娜和其他行事保守的同时间进行选择，留下那些给公司拉来潜在客户的职员。

3. 完善礼仪法

当然，一个完美的着装固然重要，但是如果没有一个完美的礼仪与之相配合，也会将自己在与客户见面前3秒建立起来的完美形象毁坏殆尽。

在服务礼仪中，有一个字和一个词最重要。

这一个字就是“请”字：不论在欧美国家，还是在我们中国，日常生活中“请”字不绝于耳。当一个人需要别人帮忙时，总是“请”字开路；当要从人群中穿过时，要说“请让开一下”；当坐汽车嫌空气闷热时，要



说“请把窗户开一下”；当乘车要在中途下时，要说“请停一下车”，而我们在服务中这个“请”字应用的就更多了。当客户上下火车时，作为乘务员要对乘客说：“请出示您的车票。”在机场，作为海关人员要对客户说：“请出示您的护照。”在饭店，作为服务员要对客户说：“请稍等”，“请买单”。在旅店，作为招待员会对客户说：“请办理住店手续。”在商店，作为营业员会对客户说：“请走好，欢迎再次光临。”可见这个“请”应用的范围有多么地广泛。总之，不管何时何地，也不管何人何事，只要你需要别人帮忙时，就必须先说“请”。

“请”是一种礼貌，更是一种姿态。当一个人对另一个人说“请”时，这个人已经将“尊贵”和“显赫”给了另一个人，将谦恭的姿态表现了出来，被“请”的人将非常乐意为“请”字后面的行为努力，因为他体会到了“尊重”和“恭维”。所以，从事服务行业的你，请多用“请”这个美好的词语来表达你对对方行为的希望和要求，也许你所有的愿望将可以如愿以偿。

而一个词则是“谢谢”。

“谢谢”别人的好心帮助是文明的标志，社会的规范，更是感恩的一种具体表现。能够说好“谢谢”的人是一个有教养、有风度的人。有一则笑话讲了这样一个故事：

7岁的小彬手里拿着一支雪糕兴冲冲地跑来，对爸爸说：“小张叔叔给我买的。”

爸爸说：“你说谢谢了吗？”

小彬说：“没有呀。”

爸爸说：“真没有礼貌，快去，对小张叔叔说声谢谢！”

过了不久，小彬回来了。

“谢了，但已经没有用了。”小彬回答说。

“为什么？”

“小张叔叔说不用谢。”



在人际交往中，特别是在对客户服务的过程中，有许多人在不同程度上就是这个小彬。他们在这方面主要有两个缺憾：

一是认为没必要说“谢谢”；

二是确实不会说“谢谢”。

这两种情况，前者是观念认识上的问题，后者是技术能力上的问题，但都会对服务造成不良的后果，必须予以改变。

“谢谢”就是对别人的帮助自己在言辞上的一种情感回报，实际上是对客户支持自己工作的一种感恩。“谢谢”有下列几种功能：一是表达自我情感，人们在接受别人的善意言行后，都会产生一种感激之情，情动于衷，发乎言辞；二是强化对方的好感，人际关系学认为：人际交往是一个互动的过程，一方的善意行为必然引起另一方的酬谢，而这种酬谢又将进一步使对方产生好感，并发出新的善意行为；三是调节双方距离。

服务人员在说“谢谢”时要注意以下问题：说“谢谢”的最大要领是要真诚，言为心声。所以，应该在语言行为的表现上下功夫，做到声情并茂，表情恰当。

综合了以上的观点，实际上所谓完美服务需要的好形象，就是一个符合自己身份、适应所在场合、再加上适度服务礼仪综合全面的表现。

我们清楚，统一的制服需要我们保持整洁，那么，在没有制服的情况下，怎样的着装才算是得体适合的呢？

一般来说，人体表面 89% 的地方为衣服所遮盖，人们视觉感受到的也几乎是服装。而服装的可塑性比形体大得多，从质地、样式、色彩到装饰，最能体现人的意志、给人以各种形式的美感。因而服装往往成为人们审美的趣味中心。因此，如果你想让你的客户对你的服务留下深刻的印象，没有整洁的服饰是万万不行的，因为，再也没有比让客户记住你的衣服从而记住你的更好的办法了。即使你对自己的内在形象再有信心，也不能完全忽视外在形象的作用，因为对方只能根据你的外在形象来建立起对