

30秒

就成交50招

AKIHIRO NAKITANI

日本超人氣偶像作家
中谷彰宏◎著

蕭志強◎譯

50個服務“撇步”

30秒就能抓住人心，

生意成交不費力！





優品 23

貴客盈門—— 30 秒就成交 50 招

著者：中谷彰宏 譯者：蕭志強

主編：羅煥耿 責任編輯：翟瑾荃

編輯：羅煥耿、黃敏華

美術編輯：鍾愛蕾、林逸敏

發行人：簡玉芬 負責人：簡泰雄

出版者：世茂出版社

登記證：行政院新聞局登記局版臺省業字第 564 號

地址：台北縣新店市民生路 19 號 5 樓

TEL：(02)22183277 FAX：(02)22183239

劃撥：07503007・世茂出版社帳戶

電腦排版：辰皓電腦排版公司

印刷：長紅印製企業有限公司

初版一刷：2000 年（民 89）8 月

合法授權・翻印必究

ZENSHIN SABISUMAN DE IKOU! by Akihiro Nakatani

Copyright © 1999 by Akihiro Nakatani All rights reserved

Original Japanese edition published by PHP Institute, Inc.

Chinese translation rights arranged with Akihiro Nakatani

through Japan Foreign-Rights Centre/Hongzu Enterprise Co., Ltd.

定價 200 元

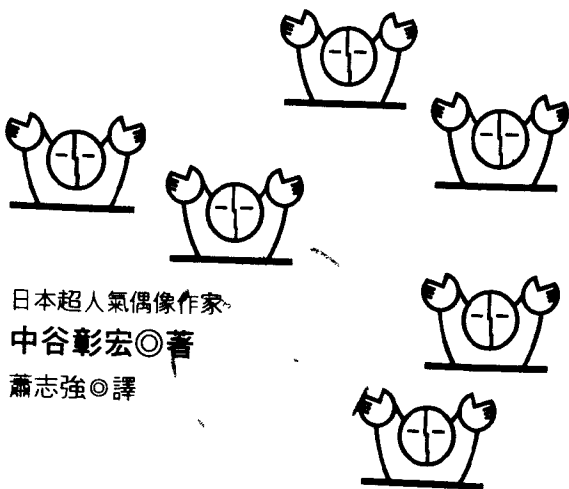
•本書如有缺頁、破損請寄回更換•

Printed in Taiwan



貴客盈門

——30 秒就成交 50 招



日本超人氣偶像作家

中谷彰宏◎著

蕭志強◎譯



目 錄

序——服務能力，是決定銷售的關鍵	009
第一章 遭遇逆境，正可激發創意……………	011
只需小錢，就可讓服務升級	013
讓顧客有「位子高人一等」的感覺	017
讓客人有「賺到了」的感覺	021
讓別家店來用浴池的客人逛久一點	025
向為自己仔細挑選號碼的店家買彩券，不中也不會失望	028

改裝店面的工事，反而可以招攬顧客 032
會認真注意工事進行狀況的，多半是鄰居 035

第二章 照顧好他的同伴，客人就會更願意上門 037

與其記雙親的名字，不如記小朋友的名字 039
想向小孩推銷，先說服大人 042
所有客人都是「小孩」 046
在無聊的商店，小孩不會有購買慾 049
讓客人選得高興、買得開心 052
能夠和第一次見面的老人長談的店員，必能獨當一面 056
入院時可學到更好的服務精神 058
能傾聽顧客心聲的人，必能永保年輕 061
男女成對的客人，不要讓男士感到無聊 063

女性用品專櫃擺一些男士用品，可大幅拉抬業績 068

與其用美女店員，不如讓更多美女願意前來消費 071

成功的店員，多半樂意分享客人五四三的話題 077

用「享受」的態度面對抱怨 082

第三章 知識是比商品更有用的商場武器…………… 085

客人要的不只是商品，更是店員的知識 087

連果醬都不懂的店員，客人不會向他買麵包 092

不看漫畫的漫畫店老闆，生意不可能好 097

滋田屋成功的秘訣在於，盡量做好文字導覽說明 100

即使對產品不滿意，只要店員服務好，顧客還是會再上門 103

第四章 儘管只是小事一樁，也會令顧客欣喜… 107

- 沒有「戀愛」的感覺，服務不可能做好 109
- 不可對熟客開口就說：「過去承蒙你惠顧。」 112
- 一流的服務業人員，都有超強的「心理感應能力」 116
- 不要對客人的抱怨反應過度 118
- 店員若能表示「有同感」，客人的抱怨就會平息 123
- 不要在客人面前顯露不耐煩的樣子 125
- 不妨把客人的抱怨當作對自己的鼓勵 128
- 客人埋怨「太貴啦！」，就代表他想要 133
- 「讓您久等，對不起！」是服務業基本的禮貌 136
- 不能和客人爭論！化解客人的怨氣，正是店員的責任所在 139
- 店員乃是顧客的「代理人」 142
- 不要讓顧客買了東西就回去，而應讓他們帶著還想買哪些東西的願望回去 147

客人都是不善表達的 150

第五章 你是店員，但你同時也是公司的門面： 153

只有感覺受到冷落的客人才會抱怨 155

客人喊「太貴了！」並不一定代表他要求降價 159

按門鈴的方式可以大舉改變快遞業的業績 163

店員能自覺「我乃公司之門面」的商店，必能大發利市 166

分配餐桌大小與料理無關，應該看客人有多少人 170

服務客人應隨機應變，不可死抱工作手冊不放 172

服務可以分三階段，以此吸引客人，讓客人滿意 175

糾正態度惡劣的客人，可獲其他客人的支持 179

飛機場正是最大的購物中心 182

服務業其實就是「壓力解消業」 184

服務客人，要有玩躲避球「聲東擊西」的技巧	187
日常生活的所有經驗，都和服務能力的鍛鍊有關	189

序——服務能力，是決定銷售的關鍵

如果你的待客行銷技術一流，就很容易被別的公司以高薪挖角。即使對方付了兩倍薪水，但只要你能力超群，還是會覺得很划算。

廿一世紀是以服務為導向的資本主義時代。

日本在世紀末這幾年，已快速地經歷一場企業大地震、大洗牌。新式企業不斷超越傳統企業。

致勝的武器無他，服務超人一等而已。

優良服務已不再是商品的附屬品。

相反的，今日，服務已成為吸引客人的主因，商品只居其次。

相信這種商業新風潮會很快吹向台灣。

不能因應時代變化，全力追求服務能力升級的人，必吃敗仗，甚至被淘汰！

服務技術與能力，可說比會電腦或英語更具專門性，絕不能低估其重要性。

本書是為想提昇服務品質、在商業界致勝者而寫。相信有決心以自己特優服務在業界出奇致勝的人，都會成為本書忠實的讀者。

中谷彰宏

第一章

遭遇逆境，
正可激發創意

只需小錢，就可讓服務升級

有些堪稱「頂級」的服務，你只索價十元，就可以達到。

一般人買價格上千元的物品通常會較為謹慎、計較。如果物品售價只有一百元，賣方可能就會以為「客人不太會在意這點小錢」。但這是個誤解。對於買方而言，即便只有一百元，還是不能隨便浪費的「大數目」。

有理財觀念的人都知道積少成多的道理，消費一百元就亂花，日久便會造成莫大的損失。

我常上的那家理容院公用電話旁放著一個盤子，裡面有許多十

元硬幣。

許多日本人從小就會被教導，到隔壁借打電話後，必須向對方道謝，並且留下十元。

或許也是因為有這種共識，有些店家設置免投幣公用電話，只要在旁邊放個盤子，借用電話的人就知道要投十元。

如此一來，小小的十元就能讓顧客有賓至如歸的感覺。

這些盤中不只硬幣，其實也裝了許多客人對店家體貼的感謝。

也因此，每次看到那個盤子，我就會覺得即使剪頭髮要價一千元，我也甘願。

而我想客人們也不會因為理髮費過高，借打電話時就吝惜這十塊錢。

同樣的，日本也有「十元公廁」，沒人看顧，但門口會擺個透明小箱子。

有時這些小箱子中，會出現五百元硬幣。

上個廁所投五百元，簡直就是樂捐了。

倒是，如果店家事先在盤中先放一堆百元硬幣，顧客的觀感可能就會變成：這家店在斂財！

貪圖一百元而損失一千，豈不因小失大？

所以，重要的是了解顧客的心理。客人也許不那麼在乎被店家賺了多少；他們在乎的是——自己是否已得到窩心的服務。

過去，人們聽說一杯咖啡只有十元時，可能會咋舌：「為什麼賣給顧客時索價上百元？」

但現在的客人大多不會這麼想，他們付錢絕不計較成本多少，只要心情爽快就好。

由此可知，小小的「十元特別服務」，卻可能帶來上千利益。「十元」的威力是不能輕視的。