

商业服务业必读

超级服务秘诀

服务创利技巧及实用图解

〔日〕山口弘明

司德空 编译



中国华侨出版公司

超级服务秘诀

——服务创利技巧及实用图解

[日]山口弘明 著

司徒空 编译

中国华侨出版社

(京)新登字190号

超级服务秘诀

——服务创利技巧及实用图解

(日本)山口弘明著 司徒空 编译

出版者 中国华侨出版社

北京市朝阳区西坝河东里77号楼底高5号

(邮政编码: 100007)

经销者 新华书店总店北京发行所

印刷者 水利电力出版社印刷厂印刷

开 本 787×1092毫米32开本

字 数 7印张

版 次 1992年3月第1版

印 次 1992年3月第1次印刷

书 号 ISBN 7-80074-530-9/G·113

定 价 3.65元

编者序

如何在商业、餐饮、旅游、服务业的激烈竞争中获胜？什么才是扩大营业额利润的最重要的途径？我们向大家推荐这本《超级服务秘诀》。

超级服务也称高附加值服务或高品位服务，是国外近年来重点研究课题，也适用于我国的现状。众所周知，改革开放后经济飞速发展。排队抢购和站在餐桌后面等座位的景象，已被削价处理、有奖销售所代替。有些卖方为争取买方，不惜血本添置设备，豪华装修，可利润的增加往往补不上装修的高额投资。而削价竞争或弄虚做假显然也不是长久之计。

超级服务学认为，现在已进入“服务差别化的时代”，在物质商品供大于求时，必须注重顾客越来越高的精神要求，以服务人员的活的精致独到的服务手段和服务水平来进行竞争。我国的服务研究尚在“微笑服务”、“百问不烦”的初级阶段。这部超级服务研究溶汇了心理学、修辞学、社会学乃至表演艺术等诸多因素，又以生动通俗的漫画形式讲解示范，理论价值和实用价值都很高。

本书在编译中结合我国特点做了修改补充，不仅是商业服务业的实用教材，对其他读者也有独特的启发和参考价值。因为服务的核心是人与人的交流，这对各行各业乃至家庭内外、朋友之间都很重要。

原著前言

山口弘明

大家都知道,如今的时代已进入“服务化时代”。更确切地说,是进入“服务差别化的时代”。随着科学技术和社会生产的极大发展,供求关系逐渐趋于平衡,甚至供大于求。人们的需求不仅仅停留在物质的满足上,而是渴望需求的多样化,服务的多样化。由此,服务的手段和方式的不断改进,也变得越来越急迫。要使当今时代的顾客的种种复杂要求得到满足,继续使用过去的简单粗放的服务方式显然是远远不能适应的。

因此,“超级服务”或称“高品位服务”、“高附加值的的服务”,便应时代要求而产生了。今天的社会上,在各种物质商品能充分满足供应的条件下,在各家企业能提供的物质商品基本相差无几的前提下,无论是饭馆、旅馆或其他服务行业,就要以由服务人员体现的活的精致独到的服务手段和服务水平来进行竞争了。我们经常看到,很多顾客会因为一件很细微的小事而大受感动,从此经常光顾;或因为一件小事处理不当而大感失望甚至耿耿于怀,从此不肯再度光顾。在生活水平逐渐提高的今天,顾客对优秀的服务比对价钱低廉更重视,正所谓“花钱买个舒心,值得。”而认为花钱虽不多却买了一肚子气是

不值得的。对这一点,商业、服务业要有足够的认识,并善于加以利用,才能将服务提高到一个新的认识水平和实施水平。

“超级服务”、“高附加值服务”或称“高品位服务”,真正实施起来,并不是很容易的。这需要大量的社会学、心理学、修辞学、商品流通甚至表演等诸方面的研究探讨,同时需要对专业人员细致而持久的训练,绝非两三天就可以奏效的。以说话应答为例,如果连最基本的礼貌用语和修辞变化效果都不懂,就根本谈不到什么超级服务。

本书主要以饭馆餐饮业、旅店业、商品销售业的服务为实例进行研讨、解说、示范,并配以简明生动的图画。但对各种存在着人与人打交道的行业都是适用的,因为服务的原则、人际关系的原则是基本一致的。

目录

编者序	
原著前言	
第一章 服务水平是更重要的资本	3
第二章 服务高手的基本素质	(13)
热爱职业 性格开朗	(15)
善于克制 永不懈怠	(21)
永远保持整洁的仪表	(26)
第三章 视线的重要性	(31)
视线的服务功能	(33)
学会正视顾客	(35)
如何行注目礼	(37)
视线与顾客保持相似高度	(39)
对顾客眼神要主动作出反应	(44)
用视线为顾客服务	(49)
第四章 说话的学问	(55)
措词要礼貌客气	(57)
措词要注意不同场合	(61)
多一句话的关键效果	(63)
主动介绍也有讲究	(68)
用词通俗,不挑顾客语病	(73)
对儿童说话要简单形象	(76)
灵活的彩虹式招呼法	(81)
第五章 个人服务技巧	(85)

	合理安排,讲究效率.....	(87)
	善于替顾客掩饰尴尬	(92)
	特殊情况随机应变	(97)
	小措施,大效果.....	(102)
	精心管理餐具	(106)
第六章	及时体现时代潮流.....	(113)
	设置禁烟区.....	(115)
	利用电脑改善服务.....	(119)
第七章	顾客心理探讨.....	(123)
	妥善照顾客人的物品.....	(125)
	份量均匀,平等对待	(130)
	顾客耐心等待的限度.....	(135)
	也有不必效劳或视而不见之时.....	(138)
	顾客也需提高修养.....	(143)
第八章	追求戏剧性效果.....	(149)
	找钱的学问.....	(151)
	拒绝也有学问.....	(156)
	抬举顾客的妙法.....	(161)
	也有不宜抬举的时候.....	(165)
第九章	配合时机的要领.....	(167)
	把握最佳上酒时机.....	(169)
	不能死背教条.....	(174)
	问话也要把握时机.....	(178)
	针对顾客具体情况.....	(183)
第十章	几种不脱产的日常训练方法.....	(189)
	从发现缺点做起.....	(191)

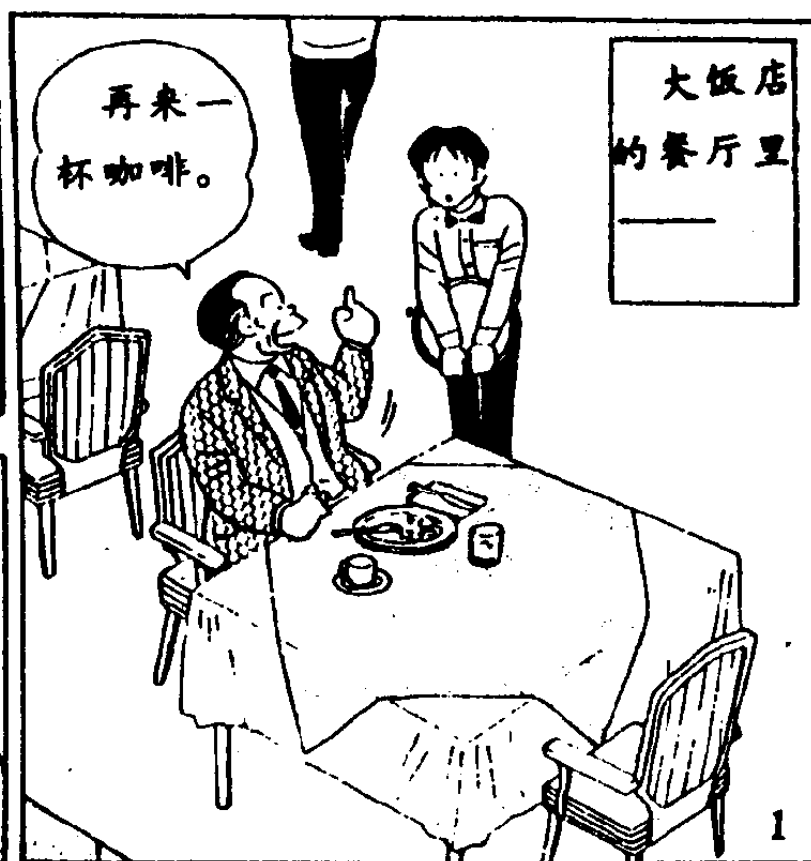
不能忽略小毛病.....	(193)
时时保持挺拔优雅的姿态.....	(196)
注重日常修养.....	(201)
要抓紧各种学习机会.....	(203)
猜测顾客意图的训练.....	(206)
要专门训练笑容.....	(209)
反复在心中模拟练习.....	(211)

请您把自己当成书中人来设想

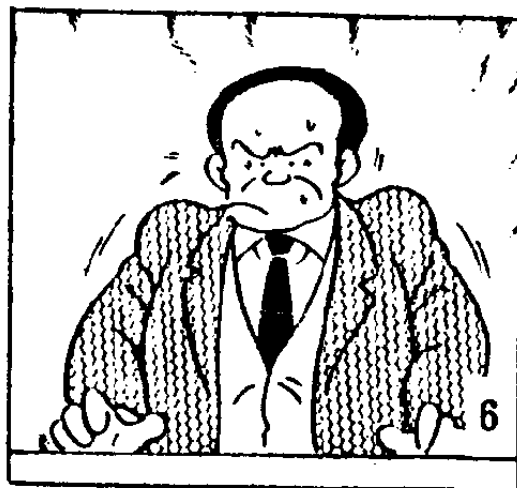
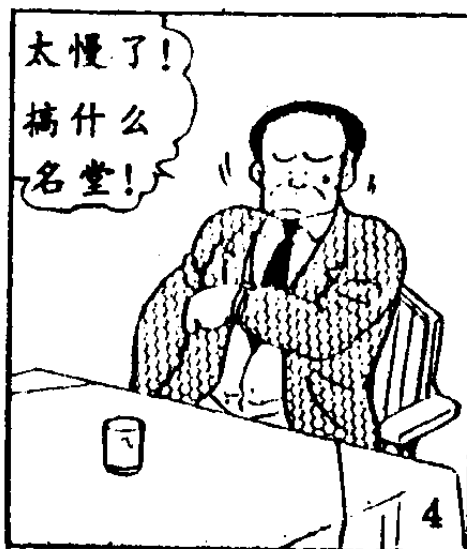
事实上，
“服务”所做的
的就是“人际
关系”的事务

这本书所
讨论的对象，主
要是旅馆、餐厅、
百货公司等
服务业。

因此换上
其他的服务业，
仍然能通用。



等了半天，咖啡还没端来……



向第二个服务员要的咖啡也没及时送来。

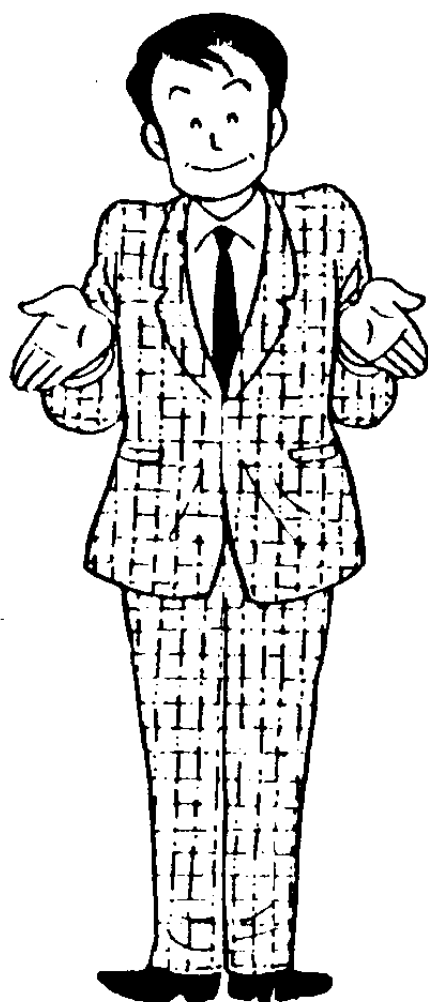


这种因小失大的情况, 在其它服务业和商业经营中也经常发生。

为了使您的事业兴旺发达, 请仔细读读这本书吧。

第一章

服务水平是更重要的资本



服务水平是更重要的资本

