



服务创口碑 口碑创营收
服务行业必上的八堂服务课!



服务时代搞掂顾客「心」法则

最赚钱的服务

ZUI ZHUAN QIAN DE FU WU

开建松 著



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS



服务时代搞掂顾客「心」法则

赚金钱的服务

ZUI ZHI AN QIAN DE FU WU

开建松

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

最赚钱的服务:服务时代搞掂顾客“心”法则/开建松著.—北京:中国财富出版社,2014.1

(华夏智库·金牌培训师书系)

ISBN 978-7-5047-5079-2

I. ①最… II. ①开… III. ①企业管理-销售管理 IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 298921 号

策划编辑 黄 华
责任编辑 周 南 姜莉君

责任印制 方朋远
责任校对 饶莉莉

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 号楼 邮政编码 100070

电 话 010-52227568 (发行部) 010-52227588 转 307 (总编室)
010-68589540 (读者服务部) 010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978-7-5047-5079-2/F · 2063

开 本 710mm × 1000mm 1/16 版 次 2014 年 1 月第 1 版

印 张 17.25 印 次 2014 年 1 月第 1 次印刷

字 数 238 千字 定 价 35.00 元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换

前言

20 世纪最伟大的心理学导师詹姆斯曾经说过：“人类因改变观念，从而改变了整个人生和世界。”做服务也是一样，可能会遇到一些不快和抱怨，这就需要有坚定的意志力和坚持到底的决心。同时，更需要一种使命感、责任感，需要用正确的服务观念和服务态度来赢得客户的支持。只有这样，我们才可能做正确的事情，获得想要的结果。

当今社会的服务，不仅仅是对客户消费的一种回馈，更是客户对企业的印象如何以及以后是否继续光临的重要判断依据。因此，如何为客户提供优秀的服务是大多数企业急需解决的问题。作为服务人员，应该如何抓住客户的心？作为服务主管，又该如何提升企业的整体服务水平？这是所有服务业人士亟须知道的。然而，服务真的有秘诀吗？答案是肯定的。

世界上的企业越来越多，仅中国的民营企业就多达 5000 万家，服务人员更是数不胜数，然而在如此多的企业中，却总有一些企业经历革新后仍然屹立商界，闪闪发光。无论从事何种行业，服务人员都处于直接面对顾客的第一线，因此不可不慎。要想自己走向事业的高峰，就必须从“心”开始。当前，关注顾客、理解并满足顾客需求、对顾客关怀备至，以及表现温柔、关爱与体贴等成为公司服务目标，而且成为整个服务界的关注焦点。顾客至上的思想彩旗飘扬，相关书籍一本本出版，演讲一个接着一个，



无一不在阐述客户服务的重要性。客户服务的解读方式与价值观发生了革命，这场革命至今仍在继续。所以，我们在这方面依然要努力做得更好。

服务水平的提高如同人的成长，期间有孕育的阵痛，有挫折的烦恼。正如丘吉尔所说：“唯一秘诀是永不放弃！”我们知道，在海尔有一个响亮的口号——“海尔人就是要创造感动”。对于企业来说，客户忠诚比满意更有意义，忠诚的客户是企业的高质量客户，他们可以带来更大的利润，也可以形成更好的口碑，企业服务的目标就是培养更多的忠诚客户。培育忠诚客户最直接的方法就是提供能让客户感动的服务，这在产品导向转变为客户导向的大背景下是必需的，在服务作为企业内功修炼的大背景下更是必需的。

本书适合企业客服与管理人员及销售人员进行学习，因为无形的服务与有形的产品都能给客户带来价值。在很多行业，销售过程与服务过程是统一的、高度结合的。如果销售人员在销售过程中可以找到感动客户的瞬间，成交就成为必然。销售中的营销与客户关系是在良好服务基础之上建立起来的。相信本书一定能给你带来一个全新的服务理念，成为你最得力的工作助手和行动指南。

本书能在较短的时间内出版，真诚感谢秦富洋、方光华、陈德云、刘星、曾庆学、陈春东、辛海、蒋志操、王咏、赵国星、王奇珍、江晓兴、王道国、赵志刚、张艳杰等人在制图、文字修改以及图书推广宣传方面的协助。

作 者

2013年8月

目 录

第一讲 服务，从“心”开始	1
引例——海底捞：主人翁式的服务精神	3
服务是最大的附加值	6
以热情支持服务	8
“套牢”客户，让他们爱上你	11
决定企业未来的是服务	15
客户喜欢增值服务	17
服务让企业获得客户的忠诚	20
客户的未来是企业设计出来的	23
服务的最高境界是人性化	26
第二讲 真诚心：像了解自己一样了解顾客的心	29
引例——IBM：从卖设备到卖服务	31
及时服务，别让客户等得太久	37
真诚——沟通心灵的“钥匙”	41
真诚微笑，从我做起	45



最赚钱的服务 服务时代搞掂顾客“心”法则

从了解客户的个性开始	48
学会走进客户的心里	54
烦恼留给自己，真诚留给客户	63
第三讲 感恩心：感恩顾客，顾客感恩	69
引例——格兰仕：学会让客户感动	71
服务要懂得感恩	73
感恩工作，快乐服务	77
用情用到位，企业客户也“痴狂”	80
在客户需要时给予支持	83
给客户“甜头”，增加亏欠心理	87
对客户好一点，再好一点	90
地球上最经典的服务理念	94
第四讲 宽容心：永远不要与客户争辩	99
引例——希尔顿酒店：用微笑来对待上帝	101
永远不要与客户争辩	106
对客户投诉做到了如指掌	113
帮助客户就是帮助自己	119
如何服务棘手顾客	126
调控客户的情绪	130
客户服务力求智取	136



第五讲 谦卑心：顾客满意才是最好的服务	145
引例—— 惠普：“我用心，您省心”	147
服务就是赢得客户的满意	154
谦卑才能掌握主动权	157
从高层弯下腰，依法复制	158
想方设法引导客户说出你想要的	161
主动提供更超值的贴心服务	165
始终如一的人性化关怀	168
第六讲 大爱心：提供最人性化的服务	173
引例——京东商城：亲情 360 度全方位服务	175
无缝服务让顾客感到舒适	179
投缘：与客人达成一致的服务技巧	182
人性化服务要素之一：可靠	186
人性化服务要素之二：放心	190
人性化服务要素之三：同理心	194
为顾客持续提供优质的服务	197
第七讲 责任心：把金牌服务当作一种责任	201
引例——星巴克：随时随地服务客户	203
服务发自内心	211



最赚钱的服务 服务时代搞掂顾客“心”法则

服务的心在哪里，成功就在哪里	215
服务工作无小节	220
客户的小事就是我们的大事	223
换位思考，表达善意	225
服务就是要让客人感觉方便和舒适	229
第八讲 奉献心：用心服务，奉献惊喜	233
引例——奔驰：一流的质量，一流的服务	235
信息时代服务的新挑战	244
产品“零缺陷”，服务无极限	249
追求卓越，用心服务到永远	252
不要用忙来作为忽视顾客的理由	255
耐心体味：服务中蕴含乐趣	258
客户买的是服务带来的享受和感觉	260
客户的问题就是我们的主题和价值	261
后记 感恩之心离财富最近	265



第一讲
服务，从“心”开始



海底捞：主人翁式的服务精神

说到最赚钱的服务，不能不提海底捞。四川海底捞餐饮股份有限公司成立于1994年，是一家以经营川味火锅为主，融各地火锅特色于一体的大型跨省直营餐饮民营企业。

公司在张勇董事长确立的服务差异化战略指导下，始终秉承“服务至上，顾客至上”的理念，以创新为核心，一改传统的标准化、单一化的服务，提倡个性化的特色服务，将用心服务作为基本经营理念，致力于为顾客提供“贴心、温心、舒心”的服务；在管理上，倡导双手改变命运的价值观，为员工创建公平、公正的工作环境，实施人性化和亲情化的管理模式，提升员工价值。

近20年来，公司不断发展壮大，在北京、上海、天津、西安、郑州、南京、沈阳等全国多个城市拥有60多家直营店，4个大型现代化物流配送基地和一个原料生产基地，2009年营业额近10亿元，拥有员工一万多人。

近些年来，海底捞各方面的表现令人赞不绝口。究竟是什么原因使得这样一家来自四川简阳的火锅店如此火呢？有些人认为是它的服务，海底捞重视服务质量，而且将其贯穿于各个环节中。

一般情况下，人们吃饭特别讨厌排队，因为当前社会的快节奏已经让人们失去了本有的耐心，变得性子比较急。另外，传统上的等待就是坐在



饭店的椅子上东望望、西瞅瞅，要么就看看菜单，观察一下饭店的装修之类的，但很快就会感到乏味，稍微好一些的饭店会给客人送上报纸、茶水。而海底捞的服务却远远超越了这些。它通过一系列的创新举动使得这个原本让客户怨声载道的等待时间成为了一种洋溢着快乐和满意的等待。当你在海底捞等待区休息的时候，热情的服务员会立刻为你送上各种各样的水果、零食和饮料。与此同时，海底捞还会提供扑克牌以及免费无限网络覆盖。更令人惊讶的是，来海底捞消费的女士可以获得免费美甲，男士则可获得免费擦皮鞋，就这样，等待吃饭的时间转眼即逝。所以，在海底捞排队等待已经成为其一大特色。

当然，海底捞最令人称赞的地方就是服务环节，包括从停车泊位到等待、点菜、中途上洗手间、结账走人等整个吃饭流程的各个环节。这足以体现出海底捞高度重视服务，以及对员工的培训力度。

1. 为客人省钱的点菜服务

在点餐的时候，如果用餐客人点的菜超过了该桌的可食用量，海底捞的服务人员就会提醒，以免浪费。我们可以想象一下，服务员如此为你着想，你心中一定充满了温暖的感觉。另外，服务员还会提醒客人各式的食材都可以点半份，这样，享有的菜式种类就更多了。

2. 及时到位的席间服务

在客人用餐期间，海底捞服务员会主动给客人更换热毛巾，而且绝对在两次以上；如果客人是长头发的女士，他们还会提供扎头发的皮筋；如果客人携带手机，他们会提供精美的塑料袋，以免手机进水；给戴眼镜的客人提供眼镜布……还有，海底捞最亮丽的一道风景线是所有的顾客都穿着样式统一的围裙，所以为顾客提供围裙也是海底捞的特色服务之一。可



见，海底捞考虑得是多么周到！穿围裙不仅能避免汤汁洒到客人的身上，而且还能防止火锅味侵入衣服。

3. 暂时充当儿童保姆

如果吃饭的时候带着孩子，一定会为孩子四处捣乱而烦心不已，即使再美味的食物也会变得索然无味。为此，海底捞特地创建了一个儿童天地，这样就可以让孩子们在儿童天地中快乐地玩耍；而服务员也可以免费帮忙带孩子，甚至是喂孩子吃饭。

4. 星级卫生间服务

海底捞的卫生间不仅卫生干净，而且装饰得十分典雅，特别是还配备专职人员为洗手的客人递上擦手用的纸巾。

5. 给客户一些小赠品

一般的饭店在客户用餐结束之后会送上一个小果盘，而海底捞除了会应顾客需求送上果盘之外，还会随机地送给客户一小袋豆子。虽然这不值什么钱，但是这种周到的服务已经在顾客心中生根发芽，鼓励他们再次到海底捞用餐。

种种事实证明，绝大多数的火锅爱好者早已经被海底捞的服务所征服，人们在用餐之后，会乐此不疲地将这种经历和心情发布到网上，让更多的人看到，而且吸引他们到海底捞用餐。这也正体现了海底捞的极大成功之处，值得很多企业学习借鉴。



服务是最大的附加值

当今社会，竞争最为激烈的是什么？有人说是人才之间的竞争，有人说是产品之间的竞争，但是海底捞告诉你，服务才是21世纪最大的竞争力，把时间和精力放在服务上的理念，来源于海底捞老总张勇的创业经历。

当年海底捞开业之后，生意一直很差。张勇观察到有一个人每天都会路过海底捞店门口，因为他就住在海底捞的楼上。而事实上，这个人还有十几个朋友都在楼上住，他们非常喜欢吃火锅，但是每次都在别家火锅店吃。他们不是没有想过去张勇店中尝试一下，但是每次看到海底捞店里根本没有客人，也就没有兴趣进去尝试了。为了拉拢这一批客户，张勇想了一个办法，他开始每天站在楼梯门口等这位客人，打听到这个人姓魏后，张勇每次看到这个人下楼的时候就会十分热情地上前打招呼：“魏大哥好！”每天都是这样，终于有一天，这位魏大哥碍不过情面走进了张勇的店中。这让张勇十分兴奋，他赶忙热情地招待人家，但是魏大哥吃完之后说了一句泼冷水的话：“你们的火锅实在不怎么好吃。”但是具体哪里不好吃，魏大哥也说不清楚。

虽然没有找到自己的问题出在哪儿，但是张勇还是得到了一条十分有用的消息。魏大哥在吃饭的时候无意间提起了一件事，说其他火锅店有一种祖传秘制香辣酱，而火锅之所以好吃，就是因为使用了这种香辣酱。其实张勇也知道，这种所谓祖传秘制的香辣酱根本没有那么神秘，不过是商家吸引客户的一个噱头。而他们的香辣酱之所以好吃就是因为进货商提供



的酱质量比较好。经过苦苦地寻找，张勇终于找到了魏大哥说的那种香辣酱，并让自己的太太亲自给魏大哥送了上去，让他尝一尝是不是和他说的
那个香辣酱味道一样。这个举动让魏大哥十分感动，自然而然地，跟他在一起的十几个人成了海底捞第一批忠实的客户。

张勇对他早年的这段经历进行了总结。他认为，当时之所以可以让魏大哥成为自己的忠实客户，就是因为自己的服务态度真诚。当客户需要服务的时候，尽快地满足客户的要求；当客户觉得不满意的时候，就多赔一些笑脸。只要充满真诚和热情，再加上优质的服务，就能够牢牢地抓住客户的心。正是靠着这一点，3个月之后，海底捞的客户渐渐多了起来，而且逐渐出现了排队用餐的现象。慢慢地，海底捞的生意越做越大，最后竟然成了简阳当地最大的一家火锅店，还在简阳开设了第一家分店。

早年的经历使张勇受益匪浅。他发现，那些附加值比较低的餐饮服务业，虽然一再提倡顾客至上，但是很多同行并没有重视和实施。因此，他决定将服务至上作为海底捞的经营宗旨。在张勇看来，海底捞获得成功最有力的武器就是服务。

在竞争激烈的餐饮市场中，因为众口难调，想要成为给所有客户一种满意的体验，让所有客户都称赞的饭店已经越来越难，但是海底捞却做到了，而且做得更好。打造最完美的服务已经成为海底捞的企业文化，将服务至上的理念奉为海底捞立店之本，让服务成为自己与同行之间最大的差异更成为海底捞最有力的市场竞争武器。海底捞，正在凭借着这一点逐渐成为行业的领头羊，而它的生意自然也是越做越红火。

有些人认为服务是一种出力不讨好的浪费。其实这种观点是完全错误的，是目光短浅的观点，因为无数的事实已经证明，服务质量是区分一家公司与另外一家公司、一种产品与另一种产品的重要因素。在高度竞争的市场经济条件下，没有任何一种产品可以远远地把竞争对手甩在身后。但



是，优质的服务却可以有效地区分两家企业。一旦你为客户提供了优质的服务，那么你无疑就会比你的竞争对手更有竞争优势。因此，从某种角度上来说，服务就是企业的一种隐性产品，也是直接影响企业业绩的一个产品。

我们随便翻开一些研究成功企业的书籍就会发现，那些企业都是将服务好消费者看成企业持续发展的根本。而海底捞走出简阳之后，第一站就选择了西安，最初败得一塌糊涂，但是张勇在关键时刻改变策略，重新拾起“服务高于一切”的理念，将个性化服务作为海底捞的主打特色，仅仅用了两个月就实现赢利，重新将客户拉入店中。

仅从这一点就不难看出，个性化服务对于一个企业来说意味着什么。它不仅可以让企业立足，还能让企业在众多竞争者中脱颖而出。在品牌竞争与服务竞争的现代社会，企业想要营造出自己的竞争优势，就必须强化企业的服务能力，以服务来打造自己的核心竞争力。

以热情支持服务

热情是这个世界上最有价值的一种情感，也是最具感染力的一种情感。让自己充满热情，你的服务才能充满激情，而面对充满热情的服务，客户即使有些不满意，也会尽量包容你、理解你。

热情并不仅仅体现于外在形象上，当你获得了热情，它就会占据你的内心。热情能帮助你克服恐惧，热情可以帮助你事业成功，热情可以让你赚更多的钱、享受更多的健康、过上更幸福的生活。

热情是服务的基础，充满热情地投入工作吧！从现在开始，对自己