



ZINGERMAN'S
GUIDE TO GIVING GREAT
SERVICE:TREATING YOUR
CUSTOMERS LIKE ROYALTY

[美] 阿里·维恩兹威格◎著

周 晶◎译

金爵曼

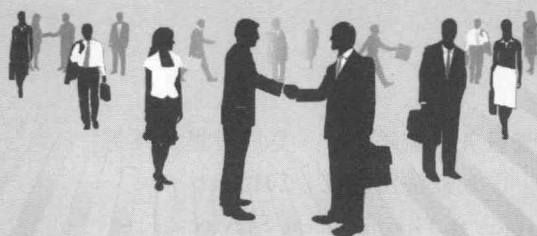
客户服务手册

一流服务一流员工

麦当劳的产品品质冠绝全球；金爵曼的服务无人能出其右。

—— 美国知名美食杂志《易牙》（SAVEUR）

广东省出版集团
广东经济出版社



ZINGERMAN'S
GUIDE TO GIVING GREAT
SERVICE:TREATING YOUR
CUSTOMERS LIKE ROYALTY

[美] 阿里·维恩兹威格◎著

周 晶◎译

金爵曼

客户服务手册

一流服务一流员工

麦当劳的产品品质冠绝全球；金爵曼的服务无人能出其右。

——美国知名美食杂志《易牙》(SAVEUR)

广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

金爵曼客户服务手册：一流服务一流员工 / (美) 阿里·维恩
兹威格著, 周晶译. —广州: 广东经济出版社, 2012. 11

书名原文: Zingerman's Guide to Giving Great Service: Treating Your Customers Like Royalty

ISBN 978—7—5454—1560—5

I. ①金… II. ①维…②周… III. ①企业管理—销售管理—商业服务—手册 IV. ①F274—62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 241952 号

版权登记号 图字:19—2006—123 号

出版发行	广东经济出版社(广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	广州佳达彩印有限公司(广州市员村五横路大坦工业区 3 号楼首层)
开本	889 毫米×1194 毫米 1/32
印张	4.5 1 插页
字数	86 000 字
版次	2012 年 11 月第 1 版
印次	2012 年 11 月第 1 次
书号	ISBN 978—7—5454—1560—5
定价	22.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •



孙为民 推荐序

苏宁电器集团总裁

服务以人为本

美国最酷的小公司金爵曼餐厅，提出把服务当饭吃，寓意很明确，就是把自己当作一个做服务的企业，当作一个靠服务赢利的企业。

做企业想赢利是天经地义的，但赢利靠什么，却是仁者见仁，智者见智。有人说靠技术创新产品创新，有人说靠内部管理成本节约，有人说靠薄利多销规模经营。其实这些都没有错，但又都不全面、不准确。企业赢利最终赚的是顾客的钱，归根结底是顾客给不给你机会赚他的钱，顾客是不是心悦诚服地让你赚他的钱。

有人为了强调顾客的价值，提出顾客是上帝；有人为了强调顾客的地位，提出顾客是老板的老板。其实，恰恰是由于这种对顾客的功利性敬畏之举，反倒失去了服务于顾客的真善美的意境和格调，接受服务的顾客也失去了发自内心的愉悦和感动。而且，许多企业都无法为顾客提供具体的人性化、人格化的关爱和尊重。

《一流服务一流员工》为我们提供了一个企业永续经营，无本万利的商业模式，那就是为顾客提供两种永不淘汰的服务产品，一是对顾客的人性关怀，二是对顾客的情感尊重。任何一个顾客只要得到了企业的真诚关爱和尊

重，就会死心塌地的回报这个企业。

服务以人为本。企业的员工是有血有肉，有思想有情感的人；顾客同样是有血有肉，有思想有情感的人。关爱和尊重员工，让受到关爱和尊重的员工向顾客传递加倍的关爱和尊重，这是做人的成功之道，也是做企业的成功之道。

有时间，读读《一流服务一流员工》，这本书会超出你的期待。

SUNING 苏宁电器

孙为民



刘兴典 推荐序

名典咖啡语茶董事长

好服务，要用心

在服务产业发展越来越成熟，产品同质化越来越严重的今天，要想在激烈的竞争中胜出，着实需要相当的实力。这其一靠的是产品，其二就是服务。

在产品愈加趋同的时代，服务就更加显得重要了。服务是永无止境的，那么如何在服务方面取得突破呢？

《一流服务一流员工》这本书为我们提供了许多优秀的方式和方法，其中特别值得提到的就是这样一个服务理念：1. 找出顾客真正想要的；2. 为顾客提供他们真正想要的；3. 让你的服务超出顾客的期待。所做的一切都是全心全意为了满足顾客的需求。

这样的服务理念很有开创意义，发人深省，因为在很多时候，服务总是被动的，而不是主动的。当你把以上三点作为努力目标，真正设身处地地为顾客着想，并能提供超出他们预期的服务，那么，你的服务肯定是一流的。

写到这里，我思绪万千，书中的不少观点与名典的服务理念有异曲同工之妙。作为一家有着二十多年历史的咖啡品牌，名典走过了一条艰辛的创业之路，同时也是一条创新之路。在发展过程中，我们总是因时、因地制宜，不断学习，不断提升，始终保持自身的先进性和青春活力。

当各行各业还在奉行“顾客就是上帝”的服务理念时，我们却勇敢地加以改造，提出了“把名典营造成客人的第二客厅”、“把客人当作自己的朋友”这些崭新理念。我们认为，把客人当作上帝固然好，但失去了亲切感和人情味。好的服务，是要用心去做的，只有设身处地地为顾客着想，急顾客之所急，想顾客之未想，提供超出顾客预想的服务，这样，才会给顾客带来惊喜，让顾客倍感贴心。

在环境优雅、气氛温馨浪漫的餐饮场所，把客人当作自己的亲朋好友来热情招待是多么的恰如其分。在追求人性化的新趋势下，更新我们的服务观念是多么的必要。

金爵曼当初只是一家经营少数特制食品，某些犹太食品和不多种类三明治的餐厅，很难想像，产品如此单一的一家餐厅，却能够取得如此大的成就。

金爵曼的成功经验值得我们学习借鉴，同时，我们也应感到庆幸，因为金爵曼的创办者舍得将如此珍贵的心得和经验毫不保留地传播给广大读者。在《一流服务一流员工》一书中，作者阿里·维思兹威格非常理性地为我们剖析了他的构想、理念、行动，以及提供优质服务的技巧和成功的秘诀。

广东经济出版社的编辑在出版此书时，邀请我为其作推荐序，盛情难却，作为同行，特结合名典的一些成功经营理念发表一点感想，希望这本书能够为广大的读者、为正从事于服务业或即将进入服务业的人带来一些有益的启发。

刘 昌 洪



吴怒云 推荐序

深圳市雨花餐饮
连锁有限公司总经理

把“微笑服务”变为“让顾客微笑”

在多年的管理工作当中，我们相信为顾客提供一流服务的时候，工作往往会变得更加简单，并且能够为顾客创造一种非常特殊的体验，但这并不意味着我们要付出更多的劳动与代价。

金爵曼所实践的服务不单只是提供产品的美味，而是就服务体系和个性化服务的提升。《一流服务一流员工》书中提及的“如何找出并提供顾客真正想要的，让你的服务超出顾客的期待”正是餐饮连锁企业在服务、领导和组织发展等层面发挥到极致的必需手法。

深圳市雨花餐饮连锁有限公司创立至今十三年，创立了一种全新的、以“着意求新，以客为尊”的餐饮概念。雨花把员工的“微笑服务”变为“让顾客微笑”的人性化服务理念与金爵曼提出的“服务是一种视、听、嗅、触的感观享受”有着异曲同工之妙。

反观国内的许多餐饮企业，往往把竞争的侧重点放在产品质量、份量、价位、装修品位和关系营销等方面，热衷于作秀和打价格战，殊不知，只有为顾客提供一流的服

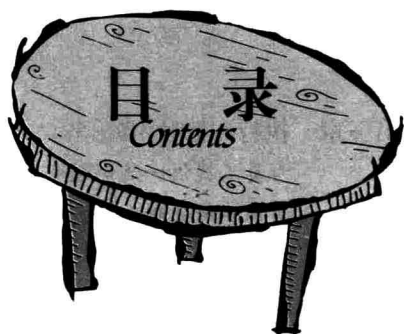
务才能培养起顾客对品牌的忠诚度。

目前，中国餐饮市场的竞争已经白热化，很多企业已经度过了艰难的创业期，进入了发展期。如何才能提升企业的核心竞争力呢？

麦当劳通过麦当劳大学将产品的品质做到了全球划一，有口皆碑，而金爵曼却将服务做到了世界极致，无人能出其右，但金爵曼也是通过培训做到这一切的。其实，在服务业里，各家企业无时无刻不在做着各式各样的培训，收效都不大，为什么唯独金爵曼的培训课程就能立杆见影，收到实效呢？为什么餐饮业以外的金融、航空、零售等行业都以参加金爵曼的服务培训课程为荣呢？我在本书中找到了答案。我真切地希望金爵曼的服务培训课程能早日引进到中国来！

《一流服务一流员工》提供的一些独到有效的方法，我们当可从中汲取。通过学习国外餐饮行业宝贵的经验，把我们的服务产业做大、做特、做优、做强。





苏宁电器孙为民推荐序 服务以人为本
名典咖啡刘兴典推荐序 好服务，要用心
雨花西餐吴怒云推荐序 把“微笑服务”变为“让顾客微笑”
金爵曼美食集团业务介绍
金爵曼美食集团荣耀榜
金爵曼美食集团英雄榜
前 言

第一章 理念共享 培训是一流服务的惟一途径

金爵曼的经营全景图	16
金爵曼的经营使命	17
愿 景	19
一流的食物(产品)! 一流的服务! 一流的财务! ...	21
指导原则	23
系 统	24
文 化	25
为什么要提供一流的服务	27
为什么一流的服务如此难求	34

第二章 定义 明确定义一流服务内涵

提供一流服务的三个步骤	44
精确填写订单的四个步骤	53
有效处理顾客投诉的五个步骤	58

第三章 执行 把服务做出来	
为员工提供一流的服务	73
同事间彼此提供一流的服务	74
5-90-5 法则	76
服务品质与服务内容	78
说过头和做过头 (OPUD 和 UPOD)	85
打破常规	86
关键时刻	87
更好的服务可能带来更多的投诉	88
 第四章 评估 运用工具量化和考核服务质量	
为什么要评估结果	91
服务品质可预知未来获利水平	93
如何评估服务质量	94
如何利用评估指标	96
 第五章 奖励 奖励一流的服务	
对一流的服务表示认可, 并提供奖励	99
服务之星	102
 后记 一次只服务一位顾客	
 附录 金爵曼实用百宝箱	
金爵曼的指导原则	107
有效电话服务的六个步骤	114
提供特别服务	117
为听力不便者提供一流服务的十条建议 ...	118
提高服务品质的十个步骤	122

金爵曼美食集团业务介绍

金爵曼，美国最酷的小公司

金爵曼目前正在迅速成为美国最知名的餐厅。它成立于1982年3月，由保罗·萨吉诺（Paul Saginaw）和阿里·维恩兹威格（Ari Weizweig）在安娜堡农产品市场（Ann Arbor Farmers Market）附近的一座古

金爵曼熟食店



老建筑中创建而成。餐厅初期主要提供品种不多的特制美味食物、一些传统犹太食品以及品种相对较少的三明治。今天，金爵曼已经成为安娜堡的一家著名机构，每年为成千上万名顾客提供美味的食物和一流的就餐体验。餐厅每天出售数千份定制的三明治，其主要成分包括优质碎牛肉、腌牛肉、放

生鸡肉、火鸡肉、自制的碎肝片以及鸡肉沙拉。餐厅还提供各种各样美味可口的农家奶酪、瓶装橄榄油、各种醋、熏鱼、意大利腊肠、咖啡、茶等。

金爵曼成立之初就致力于为顾客提供最美味的按照传统方式制作的食品以及一种美妙的、以服务为导向的就餐环境。我们始终如一地改进我们的食物质量，找到更加优良的原料，提高服务质量，以便为顾客提供更加美味的食品。我们坚信顾客能够分辨出哪些是“一般”的食品，哪些是“美味”的食品。虽然我们所面临的竞争每年都在加剧，但每年还是有很多喜欢美食的人们源源不断地来到底特律大街的金爵曼餐厅。

001-734-663-Deli

金爵曼面包房



1992 年，金爵曼面包房开张，它主要为安娜堡的人们提供按传统方法烤制的面包，并通过邮购的方式为全国各地的金爵曼顾客提供这些食品。金爵曼面包房还拥有一家现场烤面包房，通过零售的方式为顾客提供烤制食品。

001-734-7612095

金爵曼培训



金爵曼培训主要通过培训班以及面对面咨询的方式为顾客提供培训、服务、商品交易、特制食品以及员工管理方面的培训。001-734-9301919

www.zingtrain.com

金爵曼宴会服务

金爵曼宴会服务中心为小型聚会和大型活动提供出色的食物——我们所提供的食品包括：熏牛肉、鱼子酱、熟食、香槟、派对甜点、婚礼蛋糕等。

001-734-6633400



金爵曼活动服务

我们致力于为顾客提供独一无二的金爵曼体验，让新顾客不断

成为回头客。我们的服务包括从巴黎空运食物、帮助布置会场、提供帐篷租赁服务、为顾客提供出色、有趣的服务。金爵曼活动服务致力于为你的下一次大型活动提供难忘的就餐体验。001-734-6639215

金爵曼邮购中心

金爵曼邮购中心为全国各地和全世界的人们提供按照传统方式制作的美食。《国际酒业》(*The International Wine Cellar*) 撰稿人埃德·贝尔 (Ed Behr) 曾经将该公司描述为：“……我所见到过的最棒的邮购中心。”



金爵曼乳品店

金爵曼乳品店致力于为顾客提供美味可口的手工奶酪，为世界各地那些喜欢奶制品的人提供新鲜的奶酪和美味的意大利冰淇淋。001-888-6368162
www.zingermans.com

金爵曼餐厅

主要提供真正美味的美国食物。我们为安娜堡的人们提供各种美味的传统美国食品，并提供一些自制的本地食品。我们的食物得到了全国各地的美食爱好者的追捧，欢迎您光顾。001-734-663-Food



金爵曼美食集团荣耀榜

★★★★★★★★

3 次被评为“年度最佳零售商”(Retailer of the Year);
被评为 25 家“世界最佳食品超市”(the World's Best Food Markets) 之一;

知名小说家吉姆·哈里逊[Jim Harrison,《秋之传奇》(*Legends of the Fall*)的作者]在《老爷》(*Esquire*)杂志上发表文章,他认为:金爵曼的餐点可与巴黎、伦敦和纽约的顶级餐厅里的餐点媲美,而且还具备那些餐厅所没有的温馨服务;

《纽约时报》、Bon Appetit、Eating Well 等许多知名媒体报道过金爵曼的美食;

金爵曼被美国《企业》(*Inc.*)杂志称为“美国最酷的小公司”(The Coolest Small Company in America);

2003 年 1 月,被美国《易牙》(*Saveur*, 美国知名的美食杂志)评选为当年“一百大美食厨房”之列;

2004 年,被《美食新闻》(*Gourmet News*)杂志授予“全国领袖奖”(the National Leadership Award);

2003 年,金爵曼培训被《培训与发展》(*Training and Development*)评为“培训新先锋”(Training's New Guard)之一;

金爵曼乳品店的奶油干酪被美国干酪协会评为“一级品”;

金爵曼邮购目录赢得了多项美国大奖。

金爵曼美食集团英雄榜



阿里·维恩兹威格 (Ari Weinzwieg, 金爵曼创始人之一)

阿里·维恩兹威格是金爵曼集团的创始人之一。他写过许多文章，还出版过一些书籍，他的最新作品是《金爵曼顶级奶酪》(*Zingerman's Guide to Good Parmigiano-Reggiano*)。他的《金爵曼美食指南》(*Zingerman's Guide to Good Eating*) 将于明年秋天出版。

麦琪·贝里斯 (Maggie Bayless, 金爵曼培训执行合伙人)

自从1982年公司成立之日起，麦琪就通过各种方式与金爵曼保持合作关系。1994年，她跟阿里和保罗合作，正式成立金爵曼培训公司。麦琪定期为金爵曼员工提供“对培训师进行培训”的课程，为金爵曼培训班以及其他客户提供服务。她为《美食零售商》(*Gourmet Retailer*) 杂志撰写专栏文章，并曾经在NASFT买方委员会 (NASFT Buyers' Circle Council) 担任过两期职务。

斯塔斯·凯兹米斯基

(Stas'Kazmierski, 金爵曼培训执行合伙人)

斯塔斯接受过专业教师培训，并曾经有过多年教学经验。2000年秋天，斯塔斯成为金爵曼培训公司执行合伙人，负责为金爵曼培训班提供专业培训，并经常为金爵曼以外的组织进行演讲。他曾经为一些培训和人力资源开发杂志撰写过文章，并出版过两本关于大型系统变革的图书——《大规模变革：释放组织魔力》(*Large Scale Change: Unleashing the Magic in Organization*) 和《大规模变革工具箱》(*Large Scale Change Toolkit*)。

