

<<生意保证书>>

图书基本信息

书名：<<生意保证书>>

13位ISBN编号：9787111242321

10位ISBN编号：7111242327

出版时间：2009-1

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）贝尔（Bell, C.R） 等著；董入芳，张利强，陈洁 译

页数：213

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<生意保证书>>

前言

活力四射的员工才能够吸引客户，而客户遇到的大多数员工却都是冷漠、机械甚至是粗鲁的，客户看到的也是他们整天浑浑噩噩地应付工作。

客户或许会遇到一些辛勤工作在服务系统的员工能有较好的服务态度，但这也仅局限于他们的内部交流，而没有丝毫取悦于客户的意思。

客户渴望和那些从里到外都洋溢着轻松活泼的员工打交道。

企业赋予了这些受客户欢迎、精神饱满、热情洋溢的员工一个新名词：敬业精神。

员工任职年限的长短和他们将长久留于企业的期待不再是企业关注的焦点。

今天，企业更加关注的是尽可能地培养员工的工作热情以及提高生产力。

大多数企业宁愿要一个极具活力的、哪怕是短期工作的员工，也不愿要一个长期留任、却缺乏创见的员工来机械地收发支票。

<<生意保证书>>

内容概要

当一位顾客走进企业的大门时，对于销售部来说也许是个胜利，但真正意义上的成功是那位顾客能够成为回头客，并向朋友、亲人、市场推荐企业的产品及服务。

拥有这样忠诚的客户群，就拥有了其他竞争者无法匹敌的优势。

客服员工掌握企业的生杀大权，非凡的服务可以留住非凡的客户。

如何把员工和客户的关系变成有力的竞争优势？

- 你的企业有没有七种善于创造忠诚客户的员工？
- 你的管理层有没有包含一名服务明星？
- 你掌握保持非凡服务并永久留住客户的方法了吗？

帮助每一位员工成为服务明星，这是留住客户的最棒的生意保证书。

<<生意保证书>>

作者简介

奇普·贝尔 奇普·贝尔是奇普贝尔工作组的资深领导，他的办公室位于得克萨斯州达拉斯市。

在1980年开始组建奇普贝尔工作组（CBG）前，他是北卡罗来纳国家银行（NCNB，现为美洲银行）管理与组织发展部门经理。

贝尔博士拥有美国范德比尔特大学和乔治华盛顿大学两所大学的研究生学位。

他曾经作为美军第82空降师的一名步兵指挥官在越南服役并因此获得勋章。

贝尔是好几本畅销书的著者或合著者，包括《磁性服务》、《服务魔力》、《作为合作伙伴的顾客》、《令人无法忘怀的服务管理》。

他的业绩在多家媒体上得到了特别报道，包括美国国家广播公司有线电视网、美国有线电视新闻网、彭博财经电视、《华尔街日报》、《财富》、《今日美国》、《快速公司》杂志、《商业周刊》等。

作为一名著名的演说家，他已经成为多家大型企业的顾问或教练员，这些企业包括CVS药品零售公司、通用电气、微软、家得宝家居装饰公司、万豪酒店、英菲尼迪汽车公司、麦当劳、丽嘉酒店、哈雷戴维森摩托车公司、辉瑞制药公司、洛克希德马丁公司、美林证券公司和“维多利亚的秘密”内衣制造公司。

约翰·帕特森 约翰·帕特森是总部位于佐治亚州亚特兰大市奇普贝尔工作组分公司的前沿观察部经理。

他有着超过20年的关于商务交际、商务服务和房地产开发的执行领导经历，并在弗吉尼亚大学达顿商学院获得商学研究生学位。

他的主要研究方向和咨询实践是帮助全球企业有效地管理基于客户和员工忠诚度的企业文化变革。

在建立奇普贝尔工作组的前沿观察部之前，帕特森在多家公司或银行工作过，包括国立银行（现为美洲银行）、家园村公司、客人宿舍旅店、邮政旅馆、VIRTUA健康医疗公司和特拉梅尔克罗住宅开发公司。

请他作为咨询顾问的公司有麦当劳、弗里曼公司、罗盘银行、凯萨医疗机构、南加州爱迪生电力公司、民众银行、通用成长道具公司、卡曾斯道具公司、艾迪斯公司、美瀚汽车拍卖公司、佳能公司和大学理事会等。

他也在多家专业期刊上发表多篇文章。

奇普贝尔工作组是由多家经验丰富的咨询公司联合组建的，它们致力于追求唯一的愿景--帮助委托人打造能使他们的客户保持忠诚度的服务体验。

这一长久联盟的所有成员都拥有自己的咨询服务实践且彼此独立。

他们定期组成一个高效率的团队一起完成选定的咨询项目。

所有的奇普贝尔工作组顾问都信奉这些主要价值观：为本职业和他们的客户提供最先进的服务；提供鼓励他们的客户效仿的世界级服务；致力于为他们的客户传授取得更大成功的能力。

奇普贝尔工作组也为从企业的一线员工到各个阶层的领导者提供培训和规划。

登录工作组网站www.1oyaltycreator.com以了解更多有关咨询、宗旨和培训的信息。

<<生意保证书>>

书籍目录

目录赞誉作者简介前言致谢第一篇 初识忠诚度创造者创造优质服务的人 第1章 快乐使者 第2章 合作式服务者 第3章 管理式服务者 第4章 解惑者 第5章 装饰者 第6章 富有企业良心者 第7章 给予者第二篇 引领你的忠诚度创造者 第8章 建立亲善关系 第9章 合作 第10章 指导者 第11章 协调一致 第12章 授权 第13章 激励 第14章 支持第三篇 持续的优质服务 第15章 管理智慧 第16章 创造一致性 第17章 开始速赢 第18章 打造“快乐”服务流程 第19章 设计服务仪表盘 第20章 促进合作 第21章 发掘和培养人才译者后记

<<生意保证书>>

章节摘录

第一篇 初识忠诚度创造者创造优质服务的人 一位顾客在服务台前等待，连问了几声“你好，有人在吗？”

“仓库的服务员却冲着顾客大喊“我们要崩溃了！”

”这是该顾客在那个周一第三次遭遇到冷漠的服务态度了。

第一次是他向咖啡店的员工打招呼时，员工生硬地回答说“有什么可好的？”

”第二次是他去加油站加20美元的油时，老板竟然面无表情，甚至连任何动作、眼神的交流也没有。而现在又听到了“我们要崩溃了！”

”的叫喊。

对工作的冷漠态度是形形色色的，比如出纳人员面无表情的服务态度、酒店服务人员拖拉松散的走路姿态以及客服人员生硬冷漠的说话方式等。

冷漠态度会使团队失去精、气、神，使婚姻失去浪漫，使企业失去对服务的敏感。

更严重的是冷漠态度会传递给顾客一种可怕的信息，即顾客是否消费对于商家无所谓。

我们处在一个缺少激情的时代。

企业裁员使得员工人人自危，同事关系只剩下彼此之间的虚伪。

频繁的人事重组不仅改变了原有的同盟，而且也打破了彼此之间宝贵的忠诚关系。

企业持续不断地给本已负累不堪的员工增加工作压力。

企业对高额利润的无休止追求使企业变得急功近利而疏远了长期合作伙伴。

企业的发展思想陷入了在各方面追求利益的怪圈中，那么这只能使得员工消磨掉他们积极的热情。

这通常也是顾客消费时遭遇机械、漫不经心或者完全粗鲁的服务的原因。

在当今的企业运作中，不合理的成本控制心态取代了企业原有的慷慨大度的作风。

“吝啬”变得比“多付出一点”更加重要。

此外，企业更多地关注第一而忽视了服务顾客时的品格。

.....

<<生意保证书>>

媒体关注与评论

良好的服务意识起始于领导者，他们为员工提供良好的环境，支持员工充满活力地工作，为客户创建独特的服务体验。

——霍斯特·舒尔策 丽嘉酒店前总裁，西培思酒店集团CEO 《生意保证书》给企业领导者指出了鼓舞和开发员工独特才能的切实可行的方法。

——约瑟夫A.米歇利 《星巴克体验》作者 《生意保证书》对于如何将客户转变为企业的忠诚拥护者有独到的见解。

——拉里·莫罗 CVS药品零食公司总裁 《生意保证书》可以成为良好服务团队的东西。

——安·罗德 人民航空公司与捷蓝航空公司共同创办人兼执行副总裁 《生意保证书》值得每一个需要与客户面对面交流的人阅读，也值得那些支持和引导他人这做的人阅读。

——吉姆·库泽斯 《领导力》作者

<<生意保证书>>

编辑推荐

《生意保证书》告诉我们忠诚的客房热爱拥有极致优良服务态度的企业，培养七种善于创造忠诚客房的明星员工，用非凡的服务留住非凡的客户。

<<生意保证书>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>