

<<攻心服务>>

图书基本信息

书名：<<攻心服务>>

13位ISBN编号：9787224093384

10位ISBN编号：7224093386

出版时间：1970-1

出版时间：陕西人民出版社

作者：洪秀奎

页数：185

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>

## &lt;&lt;攻心服务&gt;&gt;

## 前言

如何教育提供顶级服务的员工，一直是企业组织者梦寐以求的心愿，这本《攻心服务》，将为您提供良好的例证。

当然，良好的服务文化不可能凭空而降，“总经理也要亲自道歉”让你了解主管的态度直接间接地影响员工的行为，我一直确信，有怎样的老板，就有怎样的员工；同时，在第一个部分，你会发觉不满意顾客的杀伤力；轻易地疏忽足以让企业付出惨痛的代价。

如果你不信任员工，你绝不可能拥有信任顾客的员工，“老板，您要什么样的员工”可能有很大的启示，《攻心服务》的首要对象，即是虏获员工的真心；而此章的谢卡之妙，除了对外，也别忘了对“自家人”表达衷心感谢。

“顶级的企业服务”似乎都来自国外，那些企业不一定是很大的，然而，却是令人永生难忘的，它们也持续获得顾客的回馈，而有长远的价值，这些企业的普遍现象是高业绩加上高利润，低成本加上低流动率，因为顾客心甘情愿付费让它成长，让顾客永远开心，企业才会永远宽心。

其实，优良的服务也在市井留存，如果你用心观察，也可体会那份温馨，我特别喜爱市场小贩的淳朴，那份真心诚意，着实令人感动；或许，你在阅读第四部分时，会有似曾相识的感受，企业似乎该向这些小市民求教服务的真意。

这本书具有双重意义，从企业组织，也就是“服务提供者”的角度而言，让你深切了解顾客的期待与感受，更以精确的数据提出佐证，使你看到顶级服务的经济效益及持续价值；当然，劣质服务创造的账面损失及恒久伤害，也足以让企业主心惊胆战。

企业老板及从业人员，或许该调整心态，由顾客的角度去看待你目前提供的服务水平，进行自我评估，你在顾客的心目中是怎样的地位，你的顾客真的开心吗？

如果不开心，为什么没有人来告诉你呢？

从顾客的角度而言，我希望所有的顾客(其实，每个人都可能是顾客，接受不同的服务)都是高品质的顾客，他们了解、真诚地欣赏感激优良的服务，也为服务提供者加油打气，予以回馈，鼓励他们提供更好的服务，带动全社会的服务品质。

同时，高品质的顾客知道如何提出合理的要求，保卫自己的权益，当他接触不合情理的服务时，理性地捍卫自己，而不纵容投机者，毕竟，如果消费者不在乎、不要求品质，服务提供者自然更轻忽顾客的权益与感受。

企业需要顾客的教育，以提供更好的服务，顾客也需要企业教育，以了解企业的用心；良性的双向互动沟通，是社会进步的动力。

我期待这本书，能促进企业与顾客的交流，创造良性和谐的关系，让服务成为一种乐趣，让被服务成为一种享受。

这本书的诞生，需要感谢的人不胜枚举，因为书中的故事都是真实的例子，这些主角都是灵魂人物。

平安文化公司平云先生的支持及亚君的催生，都是让我迅速交稿的大功臣；值得一提的是，主编的用心与投入，让我非常感动，尤其她告诉我，作为第一位阅稿者，她本身的收获及价值，足见她自己对于书中的精神已经内化了，当然，书的精髓也由其编辑功力展现。

我一向非常尊敬的严总裁百忙中为我推荐，提到他对人的真诚，相信读者与我一样有所共鸣；华信航空乐总经理、台湾商务印书馆郝总经理、雅芳公司高总经理、佳丽宝公司郑副董等好友的强力推荐，让此书更添光彩，在此致最深的谢意。

当然，最该感谢的是所有的读者，因为，你是最重要的顾客，这本书是为所有的顾客而写的。

## <<攻心服务>>

### 内容概要

好的服务需要智慧的沟通，攻心，才是顶级的优质服务！

《攻心服务》是中国台湾顶级服务培训大师、国际讲师、全球中文地区代表、管理界的黑马皇后洪秀奎的经典畅销作品。

张瑞敏作序推荐。

## <<攻心服务>>

### 作者简介

洪秀銮，有“包装皇后”的美誉，亦是知名的企业形象顾问。一九八九年，毫无管理背景的洪秀銮，单枪匹马远赴丹麦，通过TMI（TIME MANAGER INTERNATIONAL）国际讲师的甄试，并被任命为全球“中文地区代表”，一跃成为“管理界的黑马皇后”！

目前担任TMI国际讲师、以人为先管理顾问公司总经理，并在寰宇广播电台主持“办公室传真”、“生涯有梦”节目，并且兼任静宜大学理学院助理教授。她为企业团体设计的“以人为先”、“个人形象与企业形象”、“倾听员工心声”、“组织变革管理”及“卓越服务”等课程，均广获各企业的一致好评与热烈回响。

洪秀銮的创作力也十分旺盛，作品散见各大报章杂志，著有《关键沟通》、《吃喝玩乐好沟通》、《沟通使你更有魅力》、《攻心服务》、《卓越服务》、《优质服务》、《破茧蝴蝶》、《顾客，你的名字是老板》等书。

<<攻心服务>>

书籍目录

PART 1 顾客，你可以再靠近一点 有问题，我负责 / 3 总经理也要亲自道歉？  
 / 8 是谁在赶走顾客？  
 / 16 顾客要的是服务还是教训？  
 / 23 不满的顾客有27倍的影响力 / 28 公司的规定损失125万元 / 33 上亿元广告敌不过一句  
 抱怨 / 41 拒绝贩卖，有理 / 52 PART 2 老板，你要什么样的员工 老板，你信任员工吗？  
 / 61 服务要跑在顾客之前 / 67 老板要我“不闻不问”？  
 / 73 老板的企业品质 / 81 掌握沟通的关键788 谢卡打动你的心 / 97 PART 3 拥有  
 顶级的企业服务 交给我，一切没问题 / 107 对顾客要比他预期的好 / 114 我很专业也有创  
 意 / 120 修正三百分之一的错误 / 125 攻心为上的补偿技巧 / 133 PART 4 你用“心”  
 服务吗？  
 小投资创造八倍的大利润 / 143 创造“终生忠诚”的顾客 / 148 和顾客成为“利益共同体  
 ” / 153 “看不见的服务”最明显 / 159 服务也要有智慧 / 165 省下广告费的服务高招  
 / 172 服务，就是做“对的事情” / 178

## &lt;&lt;攻心服务&gt;&gt;

## 章节摘录

替顾客承担错误 我在想，如果真是这么贵重，就不该如此展示，让小孩轻易碰得到；如果展示方法不对，而造成顾客不小心破坏了产品，究竟谁该负责？

是严惩顾客还是检讨自己？

而惩罚顾客的后果又是如何？

我记得在美国一家百货公司，曾经见到一位小朋友经过一个柜面，不小心碰到一件玻璃制品，东西跌下来碎了，贩卖人员飞奔而来，跪在地上摸着小孩，频频道歉：“对不起！

对不起！

有没有受伤？

有没有碰到碎片？

”她确定小孩没事后，站起来不断向孩子的父母行礼致歉：“我真是非常非常抱歉！

因为我们展示法不对，太靠边了，让您的小朋友碰到，幸好没受伤，真是万幸，否则怎么跟您交代？

害您受到惊吓，对不起！

对不起！

我们马上改进。

”在小孩父母表示没关系后，他们还赠送了一份小礼品压压惊。

小孩的父母原本似乎没打算买东西的，这时却不太好意思地挑了旁边一个装饰品捧回家了。

前阵子在一家餐厅吃饭，旁桌忽然传来一声玻璃碎裂声，原来一位太太不小心把桌上的玻璃杯落在地上，女服务生赶快飞奔过去：“对不起！

有没有受伤？

”那位太太的先生不好意思地说：“没事！

没事！

要不要赔？

”服务人员笑嘻嘻地解围：“赔什么？

我自己还不是一天到晚摔破杯子，何况，我们自己不好，选的杯子不够结实，让您一摔就破！

您别动！

我赶紧来收拾干净。

”这一席下台阶的话讲得幽默又贴心，我听到那位先生说：“麻烦您菜单再让我看一下好吗！

我要多点几样菜，我太太想多尝尝！

”这两个例子一中、一西，都是替顾客承担错误的例子，表面上各损失一样东西，然而却赢得长远的顾客，可谓赢了商机又赚了业绩。

更高明的是，即使是顾客造成的错误，都愿意为其承担——有问题，我负责；顾客的感动，更是无以名状。

为你的顾客，负起责任 有一年我的学生带着女儿在日本东京的迪斯尼乐园，小朋友与大人坐在一项游乐设施上玩，女儿手上的洋娃娃不小心掉下去被碾碎了，小孩伤心得哇哇大叫，妈妈忙着安慰小女儿，她们下来之后，工作人员一面为小朋友的玩具被毁坏道歉，一面记下小朋友的姓名地址。之后一个星期这家人转往其他地方游览，几乎忘了这件事，谁知才一进家门，一个一模一样的洋娃娃已经躺在沙发上了，原来迪斯尼乐园立即寄了一个新的娃娃来安慰幼小的心灵。

我的一位美国朋友买了一台微波炉，已经使用了一年，有天忽然来了个大闪电，打到微波炉，破坏了电路，就此不通，真是横祸天上来，人间避不得。

他扛着微波炉到当初买货的百货公司的电器部门，说明原委。

他们二话没说，收回旧货，换台新的给他；因为顾客并无不当使用，祸从天降，不是顾客的错，总不能上天去找罪魁祸首。

所以，找不到元凶，谁承担？

当然由厂商为顾客扛下重责。

大多数的厂商在说服顾客购买时，总是眉开眼笑，温柔体贴，描绘一幅美妙的远景，24小时全年

## <<攻心服务>>

无休的服务，无怨无悔的耐心。

然而，等你付了账，陷入困境时，却是千呼万唤不回应，有时不得不忍受被询问拷打，提出无数证据以证实自己的清白，最后搞得筋疲力尽，大叹所遇非人。

也因为如此，顾客忠诚度低，拼命寻找新欢，究竟谁是罪魁祸首？

为你的顾客负起责任，顾客会原谅你、尊敬你，更会终生爱你。

到底，谁才是最大的赢家？

<<攻心服务>>

编辑推荐

在百货公司中，小朋友不小心打破了玻璃饰品，专柜小姐立刻飞奔过来道歉：“因为摆设方法不好，才让易碎品掉落，我们马上改进！”

并在确定小孩没有受伤之后，致赠礼品“压惊”。

为你的顾客负起责任，你才是最大的赢家！

顾客买了镶钻的戒指，却因一再松动而三度送修，店长最后换了新的戒指，顾客也满意地走了，但总经理却大发雷霆：“为什么不第一次就换新的戒指给顾客，而让顾客浪费时间来回奔波？”

！  
”对顾客要比他预期的好，你才能赢得顾客信任！

张瑞敏鼎力推荐      中国台湾顶级服务培训大师      国际讲师全球中文地区代表经典畅销作品  
管理界的黑马皇后



#### 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>