

<<客服圣经>>

图书基本信息

书名：<<客服圣经>>

13位ISBN编号：9787300100937

10位ISBN编号：7300100937

出版时间：2009-2

出版时间：中国人民大学出版社

作者：保罗·蒂姆

页数：282

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>

前言

21世纪的营销环境发生了变迁。

以客户为中心，让客户满意，已成为企业生存与发展的根本，客户资源已被认为是企业最重要的核心资源之一。

当今的企业应树立新的客户理念，实施新的客户战略，运用新的客户管理工具，以实现企业目标。

随着企业生产技术和经营管理水平的提高，产品的差别化不再能为企业带来长久、稳固的差别优势。不但技术工艺上的模仿变得更加容易，而且其生产经营的灵活性也不断增强，从而改进产品以适应竞争的能力也提高了。

服务这个一度被企业和客户忽视的领域已成为竞争的焦点，受到买卖双方的关注。

<<客服圣经>>

内容概要

您的企业是否遭遇过这样的问题：· 看似满意的客户，一旦看到对手的促销和折扣，跑得比谁都快..... · 总是有客户抱怨企业的电话服务机械化、反应迟钝，打个电话还要颇费周折..... · 精心设立的企业网站，不但没有降低服务成本，反而招致服务不周的骂名..... · 想要倾听客户心声，发出去的意见反馈卡却石沉大海，没有回音..... · 使出浑身解数也不能安抚失望的客户，只能眼睁睁地看着口碑受损，客户流失..... 本书向你展示了一个清晰、实用的培养赢得客户满意和忠诚所需的技能、态度和思维模式的过程。

这一过程包括获得以下态度和技能：· 高度关注客户服务所面临的机遇和挑战.. · 收集强化绩效之反馈意见的意愿和能力 · 调动客户积极性的具体行为 · 实现卓越服务的电话沟通技巧 · 创建让客户满意的友好型网站、个性化电子邮件以及明晰的书面讯息的能力 · 应对及挽回不满意客户的工具 · 理解超越客户期待的重要意义 · 在价值、信息、便利性和速度方面超越客户期待的具体技巧，由此营建更高的客户忠诚度 · 领导、拓展和授权服务过程的能力 · 个人成功和职业成功的具体行为 · 追求服务卓越中管理他人的技巧.....

<<客服圣经>>

作者简介

保罗·蒂姆 (Paul R. Timm) 美国杨百翰大学万豪管理学院教授。撰写过40余本有关客户忠诚度、人际关系、管理沟通以及自我管理方面的著作，其作品已被译成十多种语言，深受各国读者欢迎。

负责编写并主讲由Jack Wilson & Associate公司制作的一系列视频培训课程。

曾在施乐 (Xerox) 和南方贝尔 (Bell South) 等企业任职，也曾领导过Prime Learning, Inc.这样的小型组织，还服务过驻越美军中一家直升机制造商，拥有30多年的组织体验。

<<客服圣经>>

书籍目录

第1章 客户服务与你 客户满意度下降，是困境还是机遇 客户成就企业与个人的成功 谁是我们的客户 如何建立有效的“社会资本” 为什么“口碑广告”如此有效 客户流失刹那间 影响客户服务的4大时代趋势 化口号为行动 识别客户忠诚的3大特征第2章 拿什么取悦你，我的客户 企业和个人如何影响客户服务 促成完美客户服务的15种个人行为 传达以客户为中心文化6种企业行为第3章 把耳朵竖起来，做客户有力的倾听者 倾听与听见之间 是什么影响了我们的倾听能力 4大不良的倾听习惯 提高倾听能力的行动3步曲第4章 当电话铃声响起时，你准备好了吗 令人爱恨交加的电话沟通 22种电话沟通技巧：如何接听电话 22种电话沟通技巧：什么该做，什么该说 22种电话沟通技巧：如何让对方从最好的角度“看见”你 22种电话沟通技巧：如何高效使用电话 今非昔比的呼叫中心第5章 e时代的客户服务 客户服务的网络解决方案 客户服务“网络化”能给企业带来什么 什么样的电子客服会让你颗粒无收 电子客服10大制胜诀窍：怎样完善网站的“硬件”配置 电子客服10大制胜诀窍：怎样提升网站的“软件”水平第6章 与“抱怨者”成为朋友 客户的“愤怒清单” 令客户不满的“10宗罪” 关注客户不满对你意味着什么 创造忠诚客户的关键——服务源于本心 用心倾听客户抱怨第7章 让客户成为我们的教练 对投诉的客户说声“谢谢” 敞开心胸，广纳谏言 面对客户投诉，你的第一反应该如何 应对投诉的有效解决方案 主动寻求反馈的4种方式第8章 如何才能留住你的客户 客户流失对你意味着什么 客户永远是对的吗 化危机为良机，留住客户的5大技巧 与“魔鬼客户”打交道 及时回复信函或电子邮件投诉对你很重要 以人为本，用心沟通 没有人喜欢被攻击第9章 卓越客服之道：提升客户价值感知，打造客户忠诚 卓越价值是什么 增强客户对内在价值和关联价值的感知 提升卓越价值感知的7种方法第10章 卓越客服之道：整合增值信息，创造客户完美体验 增值信息是什么 如何整合给客户的增值信息 你发给客户的信息清晰吗 为客户搭建客户共享平台 不要忽视电子商务中的增值服务 你的增值信息服务做得到位吗第11章 卓越客服之道：珍视客户时间，让便利触手可及 超越客户期待的便利是什么 便利服务的6大行动策略：珍视客户的时间和便利 便利服务的6大行动策略：使用虚拟等待方法 便利服务的6大行动策略：使业务流程简单化 便利服务的6大行动策略：创建一站式服务 便利服务的6大行动策略：使交易轻松易行 便利服务的6大行动策略：提供附加服务 便利服务的6大行动策略：简化产品第12章 在客服工作中寻找成就感 客服人员的工作压力 成为高效客服人员的6大关键技能第13章 通过管理来实现卓越服务 管理者们首先应该做什么 客户忠诚的战略规划 怎样管理过程、人员和资源以达成愿景 领导和激励员工 营造和维护一种有效的企业文化 头脑风暴与群策群力成就非凡创意 控制过程 给员工授权，提高员工敬业度 将奖励制度与正确的行为相挂钩第14章 客户服务的未来之路 未来“一对一”个性化的客户服务 影响未来客户服务的4大因素 通过新的交互方式建立更稳固的客户关系 只有客户满意才是永恒的附录 非凡创意策划会的12大技巧

<<客服圣经>>

章节摘录

插图：第1章 客户服务与你客户成就企业与个人的成功“客户”意味着价值交换作为人类，我们彼此之间不断地交换着价值。

从本质上来说，我们是社会性的生物。

当我们付出金钱以获得一件产品或一项服务时，我们就是客户；当我们付出劳动以换取工资时，我们的老板和我们所在的企业是我们的客户；当我们参与一个市民组织或教会团体时，那些我们向其提供支持、建议、观点和信息的人是我们的客户；当我们倾尽所有奉献一切给一个注重亲情的家庭时，我们的配偶、父母、子女以及其他人就成为了我们的客户；当我们营造并维持朋友和同事网络时，我们是彼此的客户。

这种价值的交换涉及给予和获取两个方面。

从朋友和家庭那里，我们一边给予一边获得社会支持；从老师或工作团队那里，我们一边给予一边获得观点和信息；从所信赖的同事我们一边给予一边接受他们的购物建议；我们彼此间还赠送各种礼物，同时也获得回赠。

简而言之，生活的很大一部分内容都涉及价值的交换（exchange of value）。

这样一来，我们的许多互动都是以如上定义的广义客户为对象。

本书中有关提升客户服务的观点，都可同样有效地应用于各种关系，而不仅仅是商业交易。

如果我们用更广泛的观点来理解何谓客户和拥有客户的意义，我们将会看到，应用客户服务的原则将带来远远超越商业或财务意义上的成功。

诚然，客户服务是职业成功的关键，然而更加重要的是，它是在人生所有关系上取得成功的必经之路。

通过把本书中的客户服务原则应用于生活中的各个方面，你将会取得超乎寻常的成功和生活上的满足。

。

<<客服圣经>>

编辑推荐

《客服圣经》22大沟通技巧打造完美电话服务，10大诀窍构建绝佳电子客服，7大妙法强化客户对产品和服务的价值感知。

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>