第一图书网, tushu007.com

<<金牌服务>>

图书基本信息

书名：<<金牌服务>>

13位ISBN编号：9787501186440

10位ISBN编号：7501186448

出版时间：1970-1

出版时间：新华出版社

作者：陈步峰，李星洲 著

页数：243

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

第一图书网, tushu007.com

前言

我们已经走进“人人都是服务员、行行都是服务业、环环都是服务链、个个都是文化人、处处均显文化味”的大服务时代！
我们已经走进观念突围、创新制’胜、服务文化制胜的新时代！
您是否准备好了与“市”俱进的资质？
您是否思考过以下问题：　　为什么中国的服务业发展严重滞后？
　　如何提升服务品质，使企业做大做强？
　　如何使企业由传统的生产型、经营型转为服务型、文化型、创新型的现代企业？
　　如何激发员工服务的原动力，使员工从服务的倦怠症、浮躁症、忧郁症中解脱出来，充满激情地用心快乐服务、创新品牌服务？
实现个人、公司、顾客、社会价值共赢？
　　如何提高团队忠诚度、执行力、文化力、服务力，创建五星级服务，打造有竞争的服务品牌？
如何提高企业的文化贡献度、服务贡献度？
　　为探讨解析这些热点焦点，我们编写了《金牌服务——电力企业服务文化读本》这本书。
这是一部具有明确针对性和鲜明时代特色、系统地阐述服务文化建设的独创性专著，又是一部采用全新的传播方式、大众化、可操作的通俗教材。
该书具有如下特点：　　第一。
通篇贯穿观念突围文化创新的思想。
提出了“服务论”、“责任论”、“转型论”、“文化贡献度”等一系列独创性、前瞻性的观点，从文化的层面解析了中外服务差距的根本原因。
　　该书基本上是按照作者在全国各地的讲课框架创作的，而这个框架是紧扣企业——尤其是电力企业——的实际，不断交流碰撞成形的，因此感受最深、讲得最多的就是观念。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《金牌服务电力企业服务文化读本》是一部具有明确针对性和鲜明时代特色、系统地阐述服务文化建设的独创性专著，又是一部采用全新的传播方式、大众化、可操作的通俗教材。
该书具有如下特点：第一，通篇贯穿观念突围文化创新的思想，提出了“服务论”、“责任论”、“转型论”、“文化贡献度”等一系列独创性、前瞻性的观点，从文化的层面解析了中外服务差距的根本原因。
第二，该书对服务和服务文化的内涵特征进行了科学清晰的定位，提出了服务和服务文化是一门科学的概念。
第三，该书对服务文化建设的意义、内容与方法进行了系统的阐述，为电力企业建设服务文化提供了理论和实践上的指导。
第四，该书旗帜鲜明地对顾客、服务的误区予以澄清，对顾客、服务、企业、员工进行了科学定位；总结提出了现代二十条服务理念和激励员工快乐服务的十大阳光服务心态。
第五，该书从理论和实践的结合上提出了开发服务资源、实施服务革命创新、以文化引领服务转型升级的基本思路。
并大量引用了电力行业之外生动事例，以达到“他山之石，可以攻玉”的目的。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

陈步峰，中国服务文化创始人、中国企业文化研究会研究员、中国酒店管理协会副会长、服务文化课题组组长，北京大学经济学院教授。
中国总裁培训网高级培训师，北京中电阳光文化传播有限公司高级咨询师，湖北企研会等单位文化顾问。
著有《服务文化理论与实践》、《中国服务文化建设》等。
中央人民广播电台、《经济日报》、《中国电力报》、《中外企业文化》和中国企业文化网、中国电力新闻网等数十家媒体或网站曾予以介绍。
李星洲，青年学者，高级研究员。
长期致力于电力企业文化的研究、策划和传播。
北京中电阳光文化传播有限公司董事长。

<<金牌服务>>

书籍目录

前言第一章 服务文化决胜未来一、我们走进“ 人人都是服务员、行行都是服务业 ”的大服务时代二、文化决定服务层次，服务层次决定企业成败三、卓越企业、员工的成功秘诀：高度的服务文化自觉四、建设服务文化是打造现代企业、创建和谐社会的助推器五、电力行业应当率先构建服务文化案例分享：创新服务品牌铸就彩虹魅力——日照供电公司服务创新的启示第二章 服务文化的内涵和功效一、服务文化的内涵二、服务文化的功效三、服务是一种文化情感的交流和沟通四、落后文化必将制约企业的健康发展案例分享：为何坚守制度却丢了市场——创造性地服务而不是机械地盲从第三章 服务文化的设计与建立一、精彩的过程：参与互动，提升共享二、满意的结果：文化建设要达到“ 六力、六满意 ”的标准三、企业服务文化建设案例第四章 读懂服务对象、明确服务内涵是提升服务品质的基础一、顾客是什么?顾客不是什么?二、服务是什么?服务不是什么?三、服务意识的种种误区四、服务工作者应强化的十大服务意识案例分享：文化沟通是国际接轨的前提——微波炉烤猫官司的启示第五章 保持阳光心态、提高文化修养是取得服务成功的钥匙一、为什么要保持良好心态二、怎样保持良好心态三、应该修炼的十大阳光服务心态第六章 精心经营顾客创造顾客忠诚一、忠诚顾客是企业最重要的资产二、经营顾客、提升顾客价值的意义三、培养顾客忠诚的五个阶段四、提升顾客价值、创造顾客忠诚的要素和途径第七章 科学管理投诉化抱怨为财富一、客户为什么会投诉二、重新认识顾客投诉的价值：抱怨就是财富三、科学管理客户投诉，建立投诉绿色通道四、坚持忠诚补救原则，掌握处理投诉技巧案例分享：“ 王先生怒火焚身 ”与三个看不懂第八章 整合服务机制优化服务流程一、服务机制是服务文化顶天立地的支撑和保证二、实施机制创新，建立高效顺畅的服务机制和服务体系三、确立客户服务中心的权威，提高顾客信息的反馈效率案例分享：一切以客户为中心——栾城电力实施营销流程再造第九章 创新服务模式提供特色服务一、推行服务规范，落实服务标准二、优化服务细节，提供亲情服务三、以顾客为本，提供人性化服务四、便捷送给顾客，提供简单服务案例分享：荆门电力特色服务受青睐第十章 提升服务品质打造五星服务一、把握服务创新的“ 五化 ”趋势二、掌握提升服务品质的五把金钥匙三、创建名副其实的五星级服务四、追求“ 服务到家 ”的五个境界第十一章 提升服务资质创建服务品牌一、提升服务资质，营销自己的文化魅力二、创建服务品牌，提升企业的竞争优势第十二章 提高服务艺术享受快乐服务一、讲“ 真话 ”不如讲“ 对话二、好顾客是哄出来的三、不是卖产品，而是卖方案四、幽默：服务营销的润滑剂附录：服务文化建设应着眼长远循序渐进服务文化本质上是一种智慧文化满足用户，适应市场。
努力建设符合时代发展要求的服务文化服务文化是企业文化建设的重要组成部分

章节摘录

笔者在多年的考察中，发现服务因文化不同动力不同，服务呈现五个层次。
即：用利服务、用力服务、用心服务、用情服务、用智服务。
1．用利服务——短命服务。
一个成熟的充分竞争的市场，是企业成长的平台。
优秀企业都致力与消费者一起成长，甚至帮助消费者更加理性消费，他们的业绩都是在价值链上精耕细作，都在于对消费者心存畏惧，战战兢兢，如履薄冰，不断地了解琢磨，先义后利、义利并举、合作多赢、健康发展。
而有的企业耍小聪明，心浮气躁、目光短浅、急功近利，甚至见利忘义，总想用计谋搞定消费者，用夸大其词的广告、用费尽心机的承诺来忽悠顾客，以次充好、以假乱真，假冒伪劣、坑蒙拐骗，搞一锤子买卖。
结果是各领风骚两三年、山头常换大王旗。
这是一些企业难以做大做强的根本原因。
2．用力服务——消极服务。
许多员工把自己和顾客都当成机器人，不动脑筋，唯命是从，机械地照章办事，恪守制度，只管“制度面前人人平等”，哪管顾客的感同身受和个性要求。
这样的员工只能是二流员工，这样的服务是低层次、低标准的，甚至是不负责任的服务。
你可以发现他们眼大无神，心不在焉，严肃呆板，不负责任的官话套话一大堆。
3．用心服务——优秀服务。
把服务作为心爱的事业，把顾客放在心上，把了解满足顾客的喜好需求作为服务的标准，积极主动，精心细心留心热心，认真经营顾客获得双赢。
达到这个层次才是一流员工。
用心服务，用爱经营，服务因用心而精彩，因用情而动人，因文化而充满生机活力。
服务无止境，用心到永远，用爱心赢得顾客忠心。
“用心服务”已成为耳熟能详的时髦口号，但是，用什么心？
如何用心？
如何真正做到用心服务呢？
我认为用心服务要做到五心服务：同理心、责任心、事业心、上进心、创新心。
要有同理心，使客户舒心——诚心爱心贴心，传情达意互动共鸣。
设身处地地站在顾客角度，挖掘把握顾客的需求和偏好，给以精神抚摸、物质保证，投其所好量身定做，从心灵沟通开始，使彼此的交流更为顺畅高效。
要有责任心，让领导放心——细心耐心专心致志，主动负责。
尽职尽责尽善尽美，从小事细节点滴想起做起，不厌其烦地做到用户满意为止。
不抱怨不找借口，保质保量完成任务，使服务链条完好运转。

编辑推荐

《金牌服务电力企业服务文化读本》对为什么中国的服务业发展严重滞后？
如何提升服务品质，使企业做大做强？
如何使企业由传统的生产型、经营型转为服务型、文化型、创新型的现代企业？
如何激发员工服务的原动力，使员工从服务的倦怠症、浮躁症、忧郁症中解脱出来，充满激情地用心快乐服务、创新品牌服务？
实现个人、公司、顾客、社会价值共赢？
如何提高团队忠诚度、执行力、文化力、服务力，创建五星级服务，打造有竞争的服务品牌？
如何提高企业的文化贡献度、服务贡献度？
……这些问题作了深入的探讨。

第一图书网, tushu007.com

<<金牌服务>>

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