第一图书网, tushu007.com

<<服务营业厅>>

图书基本信息

书名：<<服务营业厅>>

13位ISBN编号：9787564214432

10位ISBN编号：7564214430

出版时间：2012-10

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：周卫民

页数：263

字数：137000

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

内容概要

作者是一名普通消费者。
作为顾客，作者在营业厅面对过冷漠的服务态度，经历过漫长的排队等候，也享受过尊贵的款待……酸甜苦辣咸，五味杂陈，套用小品里的话说：“同样是营业厅，服务差异咋就那么大呢？”
作者还是一位咨询业者。
作为管理顾问，作者对营业厅进行过明察暗访、诊断问题、为其出谋划策、协助经营改善……喜怒哀乐，溢于言表，总是感叹：“同样是营业厅经营，为什么效果改善差异这么显著呢？”
作者不断地对营业厅服务进行感性体验和理性思考，觉得营业厅服务改善实际上是一个系统工程，各种内部和外部因素搅在一起，相互关联、相互制约、相互促进，单个方面突破都难以取得长久效果。
唯有全盘考虑、整体设计、措施配套、重点突破、阶段推进，才能持续改善营业厅的经营和服务状况。
《服务营业厅：运营与管理》正是从整体视角来看待服务营业厅的，涉及服务营业厅运营与管理的方方面面，特点是少理论、多实务、有案例、有数据、有表单、有观点、有方案，能够为营业厅改善提供思维启发、操作思路、工作技巧。
我们正迎来一个商家“服务竞争”的时代，我们也希望这是一个顾客“享受服务”的时代。

第一图书网, tushu007.com

<<服务营业厅>>

书籍目录

前言
第一章 服务营业厅的概论
 一、服务营业厅的概念
 二、服务营业厅的业态特征
 三、服务营业厅的分类
第二章 总部与营业厅的关系分析
 一、营业厅在组织结构中的定位
 二、大型机构、集团的权利与义务（相对于营业厅、网点）
 三、营业厅、网点的权利与义务（相对于大型机构、集团）
第三章 服务营业厅的进阶管理
 一、我国服务营业厅运营存在的问题
 二、服务营业厅的生命周期
 三、营业厅管理提升三级跳
第四章 营业厅的服务文化、理念、规范
 一、国内外先进的服务文化、理念
 二、顾客对营业厅服务的期望
 三、从业人员的职业道德
 四、倡导的规范服务行为
 五、要求的服务纪律
第五章 营业厅的服务流程
 一、银行网点的服务流程
 二、电信窗口的服务流程
 三、电力营业厅的服务流程
第六章 营业厅的规划与设计
 一、营业厅的选址
 二、营业厅的规划设计原则
 三、营业厅的外部设计
 四、营业厅的内部分区设计
 五、营业厅的装饰设计
 六、营业厅的家具设计
 七、定置管理
第七章 营业厅的内外环境管理
 一、外部环境管理
 二、内部环境管理
 三、营造良好的服务氛围
 四、卫生保洁管理
第八章 营业厅的日常管理事务
 一、例会制度
 二、考勤、排班、值班、巡查、督导、暗访制度
 三、公共关系和外联事务
 四、建章 立制和文档管理
 五、设施维护保养
 六、考核考评
第九章 营业厅的员工和团队管理
 一、熟悉业务（服务和产品）

第一图书网, tushu007.com

二、时间管理
三、各种服务礼仪
四、员工仪容、仪表
五、文明服务用语
六、工作情绪和压力管理
七、任务分配和团队合作
第十章 营业厅的客户服务
一、与顾客沟通的原则和技巧
二、顾客的接待与迎送
三、厅内日常服务
四、上门拜访客户
五、客户投诉、举报处理
六、客户维护
七、客户信息管理
八、便民服务项目
第十一章 营业厅的营销推广
一、营销中存在的问题
二、营销推广的策略及办法
三、拓宽和整合营销渠道
四、宣传品设计及陈列布置
第十二章 营业厅的风险防范与安保管理
一、运营风险管理
二、内部风险管控
三、安全保卫工作
四、应急事件及其处置
第十三章 营业厅的岗位职责
一、银行类营业厅岗位职责
二、电信营业厅岗位职责
三、电力营业厅岗位职责
参考文献
附录
结束语

章节摘录

二、服务营业厅的业态特征　　对那些大型服务机构的营业厅而言，它们一般具有如下特征：
1.是其总部的直营终端　　服务营业厅绝大多数是直营店，即由大型组织（如银行）的各级分支机构（分支行、县级分公司）决策并投资设立，通常不具有法人地位，不独立承担民事责任，产权上属于机构的资产。
个别情况下，服务营业厅可能采用合作、加盟、特许（如邮政代办所）形式。
2.形成连锁型经营格局　　一个大型服务组织会在全国各省市区县内设立许多服务营业厅，有的在每个乡镇会有一个营业厅（如银行、电信、邮政），这些营业厅通过总部形成连锁经营的局面。
理论上，顾客在每一个营业厅均能享受到同样质量的服务，相同的业务可在其中的任何营业厅办理。
3.通常与总部实时联网　　由于办理业务的需要，营业厅作为前台部门与总部IT、信息中心等后台部门是实时联网的，因而营业厅有电信网络实时连通的要求，一般在工作时间内要确保专用网或互联网的正常连通。
4.相对独立的运营与管理　　每个门店在某个独立的地域、街区内经营，一般是按照总部的一整套规章制度相对独立运行，由店长、网点主任、经理全面负责运营。
营业厅的管理呈现网点内层级少、管理幅度较小、管理内容复杂、内控要求高的特点。
营业厅通常是作为机构总部的收入中心和盈利中心，机构总部则对每个营业厅都有相应的绩效考核指标。
5.门店提供多种功能服务　　麻雀虽小，五脏俱全。
服务营业厅一般要为顾客提供多种功能服务。
一个营业厅要设置多种不同的业务岗位，设计多种服务流程，划分不同的物理区域，添置多种服务器材或设备，以满足顾客不同的、多样化的业务需求。
6.主要经营无形产品　　服务营业厅与一般零售店铺的区别在于，前者以无形产品为主，有的完全是无形产品、客户服务，有的在服务中销售少许硬件产品。
故对营业厅而言，物流不是主要的，关键是为人流服务，重点是处理信息流和资金流。
……

第一图书网, tushu007.com

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