

<<危机服务>>

图书基本信息

书名：<<危机服务>>

13位ISBN编号：9787224093407

10位ISBN编号：7224093408

出版时间：1970-1

出版时间：陕西人民出版社

作者：洪秀奎

页数：194

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;危机服务&gt;&gt;

## 前言

顾客买一件商品，看中的是该商品功能、服务会给自己带来的便利和享受，并非是看中了商品本身。

如果不能如愿，那么投诉和抱怨也就在所难免了，怨言对企业是良药忠言，所以不但要视抱怨为黄金、为礼物，更应马上回馈顾客，因为“礼尚往来，来而不往，非礼也。”。

海尔集团创立16年间，能把一个年销售额仅348万元人民币(约41万美金)、资不抵债的小厂发展到如今几百亿人民币的国际化公司，就是靠了解抱怨、化解抱怨，不断为顾客提供优质服务获得的。

创业初期，我们了解到顾客对产品质量不满的抱怨，毅然当众砸毁了76台有不同缺陷的冰箱。虽然当时的冰箱供不应求，许多品质不好的冰箱也可以卖出去，但我们还是坚持这种理论，让顾客享受到了在当时难得的优质产品。

前几年一位老太太在自提空调回家途中，被黑心的计程车司机借机拐跑了。

事后顾客虽没向我们抱怨，但这种结果实际上就是对企业最大的投诉和抱怨。

我们不仅马上免费赠送其一台空调，同时又在全行业首推“无搬动服务”，由此赢得了顾客对海尔品牌的信赖。

其实能根据顾客的抱怨不断改善工作，是真正增加了企业的资产。

从狭义上看，企业的资产是厂房、设备、资金等硬件。

但从广义上看，企业永恒的资产是指那些忠诚于本企业品牌的顾客，谁拥有更多的有忠诚度的顾客，谁就拥有了更多的资产。

反之，不仅失去了市场，资产也会成为负债，以致资不抵债、破产。

顾客对企业的忠心是企业的“无价宝”、“金不换”，但在信息迅速传递的资讯时代，顾客也会“移情别恋”。

要留住顾客的心，就要不断满足其个性化的需求。

为此首先要为内部员工营造个性化创新的空间，以员工对企业的忠诚度，换取顾客对品牌的忠诚度，使企业永续经营，为社会、为人类的进步作出贡献。

由此看来，这是奉献给读者的一本好书，也提出了一个鲜明、值得深思的观点。

## <<危机服务>>

### 内容概要

完美而满意的服务，没有可遵循的标准法则，只有正视服务的危机——顾客的抱怨，才能通往顾客的心！

《危机服务》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。

## <<危机服务>>

### 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。

## &lt;&lt;危机服务&gt;&gt;

## 书籍目录

PART 1 顾客真的难以取悦吗？	
1200元，造就一位永远的顾客 / 3	“welcome”不等于“欢迎”？
/ 12	三桶冰块的代价 / 23
/ 32	这是“公司规定”？
“以客为尊”的真义 / 42	PART 2 顾客的抱怨，是公司进步的动力
再处理抱怨 / 57	先处理情绪，
在第一时间处理抱怨 / 65	超敏感的警报器 / 74
关心顾客的感受 / 90	绝不付账的顾客 / 84
强加在顾客身上的评价 / 97	PART 3 倾听顾客抱怨，公司是最大的赢家
公司错误的安全感 / 107	顾客为何不抱怨？
/ 111	善用顾客关爱函 / 118
抱怨实例调查 / 122	PART 4 抱怨就是礼物，贴心处理抱怨
无效的处理抱怨方式 / 151	创造良好的处理抱怨文化 / 160
/ 164	处理口头抱怨的黄金守则
如何回复顾客的抱怨信函 / 179	

## &lt;&lt;危机服务&gt;&gt;

## 章节摘录

如果你用以上任何一种方式回答，顾客可能会更加不满意，甚至引发一场大战，说不定顾客只是想跟你诉诉苦，博得你的同情，试试你的反应而已，结果因为你的严防死守，反而激起对方与你对决的意念。

然而，这个公司就是不一样，接电话的工作人员仔细聆听之后，带着非常同情的口吻说：“陈太太，真是很难过喔，您一定急得要命，很抱歉您买了我们的戒指，结果发生这种情况。

根据您刚刚的描述，您戴上之后，还没出门，就发现钻石不见了，可能是掉在家里头，能不能麻烦您到卧室、客厅地板上、沙发上找找看，说不定会找到呢！

如果找到就太令人高兴了，您回来再跟我联络，或到我们专柜上来，我们马上帮您处理；您这件事情，我也会报告我们主管，看如何帮助您，好吗？

陈太太？

”再买一个钻石坠子 这一席话说得陈太太都有点心虚，尤其之前她话讲得那么凶；后来，她接受建议仔细找了找，结果竟然奇迹般的在沙发上找到了。

当她回国，拿着钻石和指环到专柜上时，工作人员高兴地向她道喜。

原本只要将钻石镶回原来的指环上即可，不过顾客却要求换新的白金指环，她说她心理上已不“相信”原来的指环，万一镶上了又松动怎么办。

各位读者看到这里时，可能有些人心里会想，这个顾客很刁蛮！

真是得寸进尺，或许您也如一般人的预期一样，认为这家公司不可能给她换新的戒指环(何况已用了一年多)，然而，令人惊奇的是，这家公司居然认为顾客的要求并无不合理，她要的是使用产品的“安全、安心”感，于是为她换了全新的指环镶上钻石——等于换了一个全新的产品，让顾客开心、放心。

## <<危机服务>>

### 编辑推荐

1000万的广告费，敌不过顾客的一句抱怨！

顾客的抱怨=企业的进步      完美处理顾客的抱怨=无限竞争力      企业。

别被“错误的安全感”抓住了！

100个顾客中有3个人抱怨，      并不代表其他97个顾客满意！

因为不满意的顾客不一定会抱怨，      所以，不抱怨的顾客数字绝对不等于满意的顾客数字！  
企业。

要永远跑在顾客前面！

顾客是爱找茬的麻烦制造者？

有远见的企业懂得化顾客的抱怨为对企业的忠心！

把不满意的顾客变为一辈子的顾客！

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

<<危机服务>>

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>