

图书基本信息

书名：《胜鉴》

13位ISBN编号：9787111177616

10位ISBN编号：7111177614

出版时间：2006-1

出版社：机械工业

作者：张海青

页数：372

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

内容概要

服务问题的重要性不言而喻，但国内企业的服务水准备参差不齐，服务不到位、质量差、连续性差、效率性等问题十分突出。

本书选编了国内外近六十家知名企业的成功服务案例，从服务深化的角度细分，各篇章既独立有自成体系。对案例的了解相当于在模拟的情境中经历了当前全球化市场中激烈而残酷的竞争。这对于提高企业管理人员分析和解决问题的能力，增加在市场竞争中的服务经验是大有裨益的。可以说，对服务案例的学习及剖析，不仅增加了企业服务其处理复杂多变的服务问题的灵活应变能力，掌握案例、剖析案例，无疑是达到这一目的的有效途径。

章节摘录

服务锦言： 支付薪酬的不是雇主，而是消费者，消费者是我们工作的中心所在。 我们在工作中必须时刻想着我们的消费者，提供比竞争对手更好的产品和服务。 在90多年的漫长历程中，福特汽车公司几起几落、历尽沧桑，在与日本汽车的贸易大战中，福特仍为角色。1991年，福特排名世界20家大企业的第四名，在福特汽车王国不断扩展的过程中，其创始人亨利·福特逐渐总结出自己的经营原则，即流行于世并享有盛誉的“黄金原则”。历经风雨的亨利·福特提倡的那种进取、宽容、服务、价实的理念，给予了服务很高的地位： 第一，要把为顾客服务的思想置于追求利润之上。利润不是目的，只不过是为客户服务的结果而已。 第二，所谓生产，绝不是廉价买进又高价卖出。它应是以合适价格购进原料，花费尽可能少的费用，把原料加工成有价值的产品，再卖给消费者。投机、欺诈的行为，只能阻碍生产的发展。 第三，不留恋过去和未来。失败不过是给人们重新开始和更聪明行事的机会。 第四，不要故意竞争。谁经营的好，谁就能在竞争中取胜，企业硬夺别人的生意是犯罪。 福特公司成功的秘诀只有一个：尽力了解人们内心的需求，用最好的材料，由最好的员工，制造出人人都买得起的好车。

造大众的汽车 将近100年前，亨利·福特萌发了一个想法，那就是为每个人提供一辆买得起的汽车，从而使这个世界更加美好。那时，他的目标是：“我要生产大量的汽车，为的是提供每个家庭使用，人人都能驾驶和修理……价格呢？要低得凡是中等收入的人都能买一辆……”目标确定以后，福特先生就开始了他事业的毕生追求。首先，他对当时汽车市场进行了深入分析和研究，据此设计他的福特牌汽车。试验、失败、改进，再试验、再失败、再改进，抱着必胜的信念，1908年他成功地设计出了世界第一辆家用福特T型车，并投入市场。广大的消费者被这种性能优越、价格低廉、易于维护、用途广泛的产品迷住了。订单雪片般地飞向福特汽车公司，当时媒体曾经这样报道过：“亨利-福特那性能优越和价格低廉的T型车带给人们的最大喜悦，是把汽车从富人们的娱乐工具中独立出来，并向人们展示了这样一个光辉的前景：千百年来困扰人们行路难的问题即将得到解决，一种新的生活就要开始了！”T型车成批推出后不到两个月，公司就不得不不在各种媒体上发布公告，宣布T型车的存货已全部售出。然而，公众的热情有增无减，订货的电话、电报、信函接连不断，分布在美国各地公司的推销人员甚至来到底特律，坐等公司发货。面对急剧扩大的市场需求，1913年，福特汽车公司又开发出了世界上第一条流水线，这一创举使T型车一共达到了1500万辆，缔造了一个至今仍未被打破的世界纪录，福特先生为此被尊称为“为世界装上轮子的人”。今天，福特是全球最大的卡车制造商，全球第二大轿车制造商，在全球销售80多种不同的汽车，包括福特、林肯、水星、捷豹、阿斯顿马丁、沃尔沃、路虎及马自达等品牌(福特拥有马自达汽车公司34%的普通股股权)，服务品牌包括金融服务、汽车消费者服务和汽车租赁等等。经过多年的兴衰与荣辱，战争与和平，福特汽车公司从一个人、一间小修理厂和一辆四轮车，发展成为一个促进全球经济繁荣的美国汽车巨头。亨利·福特使千千万万人拥有汽车的梦想变成了现实，不断提升顾客价值是福特汽车追求的最高宗旨，福特在质量和追求提升质量的解决之道上从不妥协。福特公司自始至终都在为用户提供可靠而且价格适宜的汽 车，从第一辆大众汽车T型车到20世纪90年代的畅销车Taurus，福特始终处于全球最受欢迎的轿车和卡车品牌的行列。

媒体关注与评论

荟萃奔驰、TCL、沃尔玛、家乐福、宝洁、诺基亚、爱立信、国美等全球优秀企业的成功服务经验！ 迎接一个“服务的年代”！市场上永远不变的通律是竞争，竞争中永远不变的利器是服务。服务传递企业差别。维系客户资源稳定。服务的故事就是企业成功的故事。 本书精选国内外近六十家知名企业的成功服务案例，从服务深化的角度细分，各篇章既独立有自成体系。随案例的了解相当于在模拟的情境中经历了当前全球化市场中激烈而残酷的竞争，对于提高企业管理人员分析和解决问题的能力，增加在市场竞争中的服务经验大有裨益。

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:www.tushu000.com