

《转怒为喜》

图书基本信息

书名：《转怒为喜》

13位ISBN编号：9787501758234

10位ISBN编号：7501758239

出版时间：2003-1

出版社：中国经济

作者：[英]苏珊·纳什[SusanNash]，[英

页数：392

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

《转怒为喜》

内容概要

本书专为这些人所写，他们在某一或大或小的商业机构工作，迫切需要提高对顾客的服务水平。无论你是小业主、经理还是服务人员，本书所提供的工具和技巧在改善机构服务上必将助你一臂之力。

本书的目的是要提供一种方法论，它可以系统地改进顾客服务水准，顾客的期望可以被超越从而实现公司的生存发展。

在这本书的每一部分中我们都介绍了一个服务管理的模型和具体的管理工具和技巧。

第一章和第二章定义了顾客服务的内涵，并描述了一种深化它的综合方法。在阅读这一部分的基础上，你可以根据自己的需要来选读以后的章节。

从第三章到第十章，在你可能需要帮助的特定领域内我们给出了一些提高竞争力的信息、技能和技巧。每一章都设计了例子、练习、案例分析和讨论要点来确保你能够直接把书中介绍的原则应用到顾客服务中去。“火种不灭”这种思想深深嵌入了每一个章节，很多商业机构在服务顾客方面有一个不错的开始，只是由于在前进的过程中丧失了动量和聚焦，结果造成了服务的恶化，雇员开始幻灭，顾客开始不满。

实现“火种不灭”的结果就是不断创造使顾客大喜过望的情形——提供超越了顾客期望的服务。这些情形会变成一些故事，它们是没有花费成本的公关，会给公司带来美好的声誉。在本书的最后我们将与你分享一些这样的故事，来憧憬一下顾客服务战略的成果。

本书的内容基于作者在一系列大公司的工作经历。它们虽然经过挫折但都将提供出色的顾客服务从幻想变为现实。也祝你好运！

《转怒为喜》

书籍目录

序第一章 理解顾客服务的内涵 顾客服务小测验 顾客服务小测验答案 顾客满意与否的影响因素
物的服务和人际服务 对物的和人的服务的调查 内部服务与外部服务 服务金字塔 关键时刻
服务综述 讨论要点 小结第二章 提供出色的顾客服务 服务管理模型 公司文件夹 (profile)
你现在的起点 服务链 讨论要点 小结第三章 顾客服务战略 企业远景陈述 企业的任务陈述
SWOT分析 顾客服务战略 顾客服务口号 定义顾客服务的价值 作为一个结果城的顾客服务
沟通你的战略 讨论要点 小结第四章 雇佣正确的人 雇佣或培训顾客服务的技能 管理招聘程序
面试程序 讨论要点 小结第五章 发展人际服务技能 什么是沟通? 沟通程序 程序的复杂性
发送讯息 沟通的三种风格 讨论要点 小结第六章 管理顾客互动第七章 执行有效的程序第八
章 处理顾客的投诉第九章 建立持续改进程序第十章 帮助管理者成为领导者第十一章 使顾客高
兴

《转怒为喜》

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