

《加油站顾客服务指南》

图书基本信息

书名：《加油站顾客服务指南》

13位ISBN编号：9787802297098

10位ISBN编号：7802297095

出版时间：2008-9

出版社：中国石化出版社

作者：夏良康

页数：234

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

《加油站顾客服务指南》

内容概要

《加油站顾客服务指南》系统地论述了在加油站油品日趋同质化的今天，服务成了竞争取胜的关键。内容包括加油站顾客服务新思维、卓越服务、加油站服务竞争、加油站顾客心里分析、加油站顾客管理、顾客投诉与处理、加油站顾客服务沟通、把服务做到出色、打造优秀服务团队等。

《加油站顾客服务指南》

书籍目录

第一章 加油站顾客服务新思维 一、服务的内涵 1.顾客服务 2.规范化服务 3.优质服务 二、服务的四个层次 1.基本的服务 2.满意的服务 3.超值的服务 4.难忘的服务 三、服务的黄金法则 1.付出与获取 2.喜爱我们的顾客 3.服务中的“100—1” 4.比顾客更了解顾客 四、以特色成为“第一” 五、服务是独特的卖点 1.何谓卖点 2.卖点的探求 3.卖点的强化 4.卖点的维护 案例一 借势创优，“星”光灿烂 案例二 用心用情做大零售“蛋糕” 案例三 顾客的困难就是我的事第二章 卓越服务——加油站的制胜之道 一、卓越服务是一种境界 1.敏锐的洞察力是卓越服务的前提 2.迅捷的行动是卓越服务的关键 3.广博的知识是卓越服务的基石 4.语言的艺术是卓越服务的催化剂 5.独具匠心的个性是卓越服务的升华 二、卓越服务是一种心态 三、卓越服务贵在细节 1.卓越服务，从细节做起 2.细节决定成败 3.微笑、细节和效益 4.细节重在服务到位 四、卓越服务就是用心做 案例一 加油站服务贵在细节 案例二 细节管理催生万吨站 案例三 服务多了一点销量多上一点第三章 加油站服务竞争 一、竞争新趋势 1.企业创利的新方式 2.服务增值理念 3.企业急待更新的服务观念 二、服务产品的开发 1.独特的产品 2.服务产品的设计 3.服务创新 三、服务策略的制订和实施 1.服务策略制订 2.产品销售全过程的服务 3.服务策略的实施 4.服务竞争力的提升 案例一 感受国外加油站 案例二 美孚公司的“友好服务” 案例三 体验阿根廷加油站的服务第四章 加油站顾客心理分析第五章 加油站顾客管理第六章 顾客投诉与处理第七章 加油站顾客服务沟通第八章 把服务做到出色第九章 打造优秀服务团队第十章 售后服务留住顾客参考文献

《加油站顾客服务指南》

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