

# 《天堂級的感動服務魔法》

## 图书基本信息

书名：《天堂級的感動服務魔法》

13位ISBN编号：9789862417862

出版时间：2013-10-2

作者：小宮一慶

页数：232

译者：黃怡筠

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《天堂級的感動服務魔法》

## 內容概要

徹底追求「滿意」，就能產生「感動」

讓所有人都感受到「以客為尊」的究極服務心法！

一家公司無法提供客人滿意的服務，業績會走下坡，有時甚至因此造成公司倒閉。這道理不僅適用於前面所舉服務業的案例，也適用於任何行業，只是程度大小有差異而已。

不論是透過壓低售價，或維持並提高品質的水準來吸引客人，最根本的原則，還是必須有一顆「希望讓客人滿意」的心，否則事業難以持久。有了這份心意，心裡想的自然會反映到待客的態度上。服務不周的公司，很難在價格上與品質上維持競爭優勢。

本書的目的，就是為了仔細闡述「什麼叫做令客人滿意的服務」這個道理。並列舉了許多餐廳、飯店旅館、鐵路公司、報社等有關滿意服務的實際體驗，介紹做生意與服務的本質。

同時，也告訴所有讀者，企業在面對客訴時，應當如何應對、如何應變，讓服務人員不再害怕客訴的處理，使公司得服務品質能夠更上層樓。

# 《天堂級的感動服務魔法》

## 作者簡介

小宮一慶（KOMIYA Kazuyoshi）

經營顧問，株式會社小宮顧問公司負責人。一九五七年出生於日本大阪府堺市。京都大學法學院畢業後，進入東京銀行工作。留學美國達特茅斯學院（Dartmouth College）經營研究所，取得MBA學位。回國後，負責東京銀行的經營資訊系統與M&A部門，之後擔任岡本公司董事、日本福祉服務（今日的Saint-Care公司）企劃部長，然後擔任現職。二〇〇五年到二〇〇九年三月間，同時擔任明治大學會計研究所特任教授。著有《不動搖的人》（幻冬舍新書）、《上班族的「發現力」養成講座》（Discover隨身書）、《一秒讀懂財務報表的方法》（東洋經濟新報社）等。

# 《天堂級的感動服務魔法》

## 書籍目錄

推薦序 超越標準程序的貼心服務 蘇國堯

前言  
開場白 為什麼那家店的客人老是川流不息？  
你是否想過什麼樣的「QPS」才是最佳組合？  
一家「QPS」都滿分的超人氣洋食館  
你有沒有比較競爭對手和自己的「QPS」差在哪裡？  
客人下決定前，會先拿你和其他人比較好壞  
第一章 在不知不覺中，顧客早已降低對你的評價  
服務的警鐘1—沒注意到客人真正需求的企業會倒閉  
城市商旅中反應遲鈍的女服務生 / 自以為完美的應對進退最糟糕 /  
養成客人講句話，自己就主動「追根究底」的習慣 / 東京的城市商旅中也有「右進左出小姐」 /  
一家忽視嬰兒，不把嬰兒算作一個人的家庭餐廳 / 不要因為公司的狀況影響到顧客權益 /  
東京迪士尼樂園真正讀懂顧客的心 / 反應靈巧的人才 / 讓所有的員工都了解「顧客至上」的真意 /  
服務的警鐘2—企業若以為從前行得通的方法  
現在依然可行，這種觀念勢必導致公司倒閉 / 服務水準太差的主題樂園慘遭淘汰的命運 /  
即使眼睛見不到的細節也絕對不偷懶 / 按照指定時間送來客房餐飲服務的老店旅館 /  
服務的警鐘3—欠缺「滿意」基礎  
卻妄想追求「感動」的企業會垮台 / 被稱作「日本第一」的飯店也曾經歷悲慘的時期 /  
我連續抗議三次的房間竟然還安排給我，真是少了一根筋  
「一流飯店」接二連三出現失態的狀況 / 沒辦法做好「本分內該做的事」，就不該一窩蜂地跟著追求  
「感動」 /  
愈是老主顧愈該繼續提供基本水平的滿意服務 / 別被「吵鬧的少數」牽著鼻子走 /  
大部分的客人不會出聲抱怨 / 我深深體會到一家公司的成功關鍵是人 /  
硬要推銷感動的高級餐廳 / 昂貴的餐廳不須提供施小惠般的感動 / 加賀屋絕對令人安心的服務水準 /  
份內該做好的事就得做好 / 為我準備《日經新聞》與《讀賣新聞》的體貼用心令人感動 /  
只要徹底追求「滿意」就能產生「感動」 / 關心顧客 / 不要讓好員工離職  
服務的警鐘4—光靠價格競爭取勝的公司終將走下坡  
低成本旅館也能靠徹底做好「S」與巧思，快速地提升顧客滿意度 /  
提高效率也能同時做到「以客為尊」 / 價格競爭激烈的商務旅館也能靠服務拉大與競爭者的差異  
第二章 面對客訴時，正是追求公司真正價值的時候  
客訴的應對方式決定一家公司的價值  
案例1—一家銷售過期商品的超市糟糕的應對方式  
案例2—東京「一流飯店」對客人的應對態度惡劣  
案例3—把客人推開趕著先下車的鐵路公司職員  
案例4—希望電車門趕快開啟  
應對客訴的三原則  
案例5—不懂電話禮儀的A報社  
案例6—把鬧鐘給扔了的研修機構  
案例7—一家大型計程車公司的司機宣揚自己曾經是暴走族  
案例8—客人對我們公司的客訴  
千鈞一髮化客訴為轉機，JR東海公司了不起的應對方式  
JR東海公司售票窗口的應對方式令人稱讚  
第三章 員工教育的九大提案—站在客人的角度提供服務  
服務與客訴的應對  
員工教育1—根據願景與理念行動  
員工教育2—在「顧客第一」的目標下實踐  
訂出具體目標，徹底做到以客為尊

## 《天堂級的感動服務魔法》

由社長本身帶頭，示範以客為尊給所有員工看

員工教育3— 提高工作價值

員工教育4— 徹底且持續地做好份內本來就該做好的事情

完全不拜訪客人，但銷售車輛數是其他店的兩倍！

中央神奈川Honda Cars公司的六項用心

員工教育5— 先付諸行動再培養想法

「貫徹到底」的實踐程度直接反映到銷售業績上

員工教育6— 經營者應抱著身先士卒的精神採取行動

員工教育7— 培養「邏輯思考力」與「體貼他人的心」

提案制度創造深入思考的習慣

員工教育8— 「以客為尊」的員工手冊創造感動

日本航空JAL員工手冊上的一句「歡迎回來」讓人掉淚

員工教育9— 以「超越員工手冊所規定的」強化「以客為尊」

全日空ANA機長對機艙內畢業旅行學生的廣播內容

六花亭本店臨機應變的應對方式

結語

# 《天堂級的感動服務魔法》

## 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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)