



锡恩.深圳黄埔后备干部训练营

北京锡恩企业管理顾问有限公司

是什么阻碍了你成为百年老店:三大支柱

百年老店的三大支柱

商业人格

没有大写的我,就没有强大的企业!

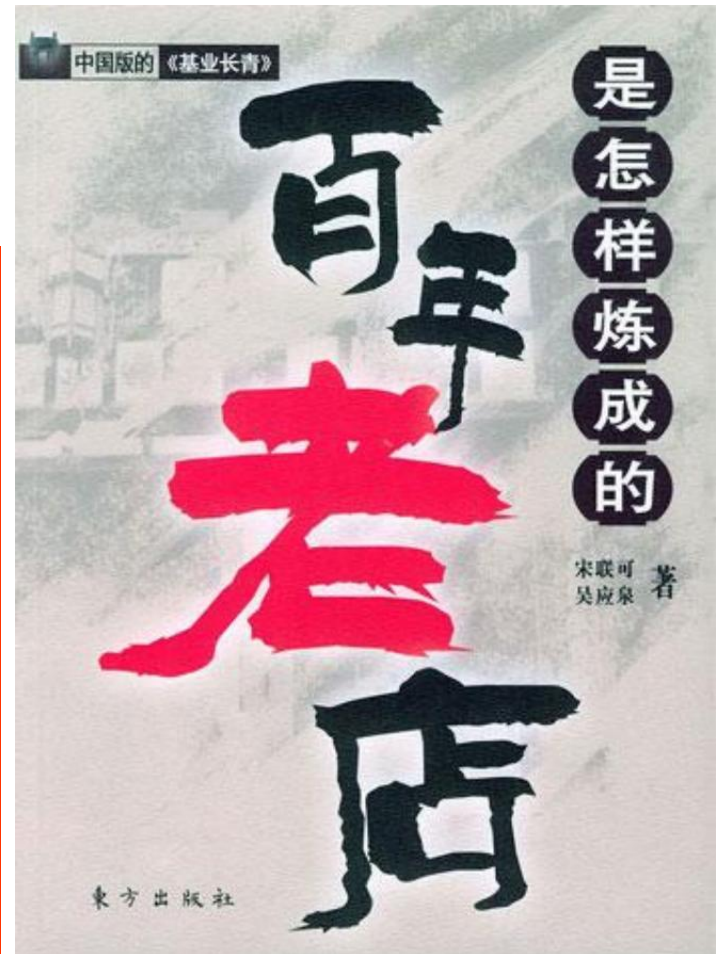
结果启蒙

—思路决定出路,结果改变人生!

客户价值

—公司之魂,执行之源!

北京锡恩企业管理顾问有限公司



➤ 互动



男：

你遇到了一个让你动心的女孩，决心要追到她。你会做些什么？

- 1、**
- 2、**
- 3、**
- 4、**
- 5、**
- 6、**

女：

**一个男孩对你动了心：
他怎样做就能得到你的芳心？**

- 1、**
- 2、**
- 3、**
- 4、**
- 5、**
- 6、**

**客户价值是一个商业
交换概念,意思是我们的价
值是由客户决定的,
不是由自己决定的**

走出“从自我出发”的潜意识误区！

- 商业社会的一个最基本的准则是，一个组织或一个人做的好不好，自己说了不算，客户说了算，因为买单的人是客户，而不是自己！
- 大多数的人,潜意识里总是习惯于从“自我”的角度出发来思考问题、评价我们的工作，因此，我们往往自我陶醉、感觉良好，而没有意识到问题的严重性；
- “**客户第一**”往往只是挂在口上，贴在墙上；从“客户”出发的思维和行为方式还没有溶入大多数人的血液，还没有成为我们组织的基因；
- 客户，只有客户，而不是我们自己，才最有权力评价商业组织或商业社会里个人的表现。

**从“客户”而不是“自我”出发来思考和解决商业问题！
让“客户”意识，溶入我们的血液！**

我们的老板只有一个——顾客

我们的老板只有一个，那就是我们的顾客，是他付给我们每月的薪水，只有他有权解雇上至董事长的每一个人，做法很简单，只要他改变购物习惯，换到别家商店买东西就是了。

—沃尔玛创始人



成功精髓：“服务第一”；

沃尔玛的经营信条：

第一条：顾客永远是对的；

第二条：如有疑问，请参照第一条；



客户是企业的生命之源！

我们的工资是客户发的！

客户是一种越用越多的资产！

忠诚客户带来的是什么？

- 1: 6
 - 一个非常满意的客户其购买意愿比一个满意客户高出六倍
- 5%: 100%
 - 把客户的满意度提高五个百分点，其结果是企业的利润增加一倍
- 1: 8
 - 获得一位新客户的成本是维护好一位老客户的8倍
- 1: 5
 - 一个不满意的客户平均要影响5个人

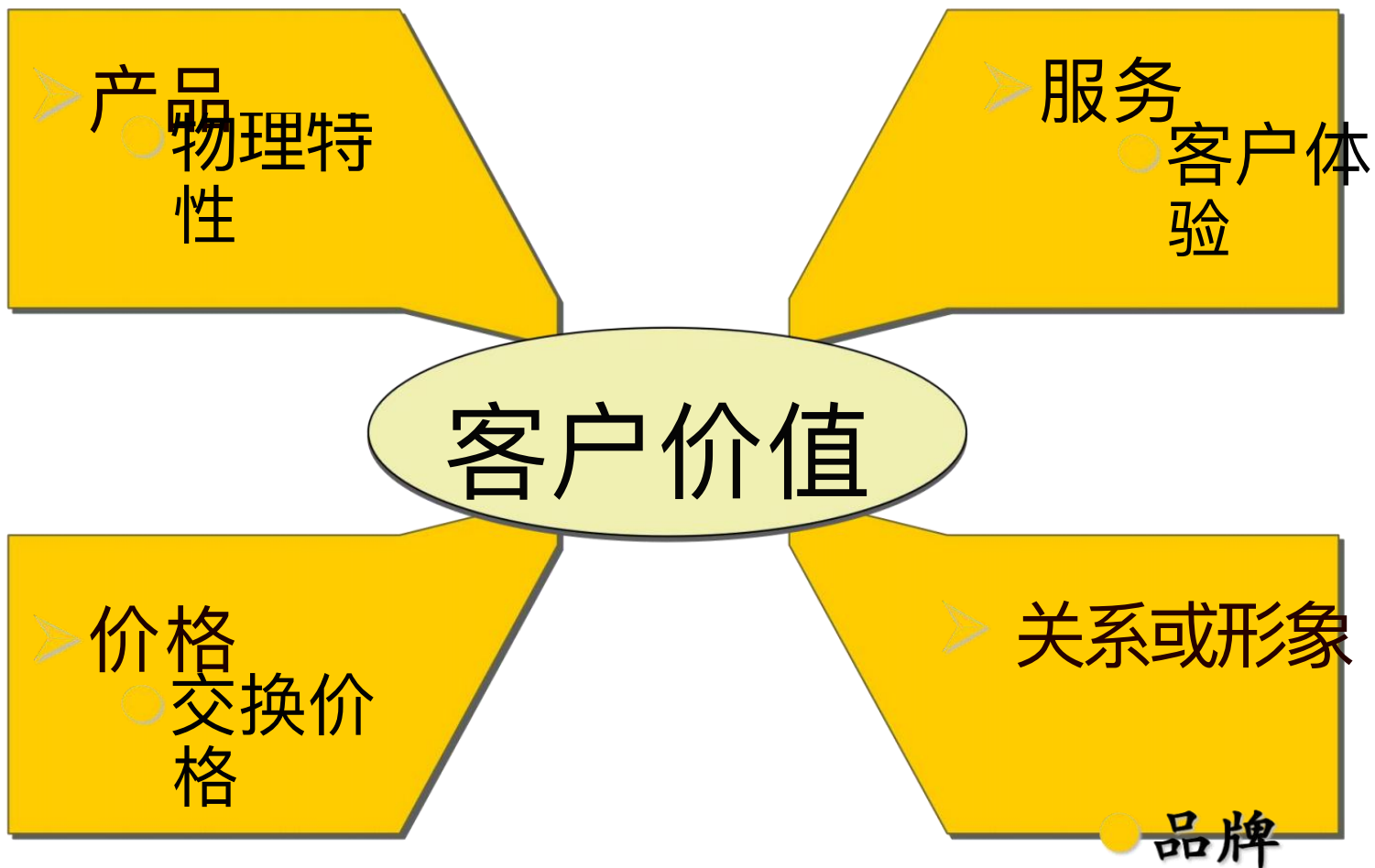
1

**客户价值的底线目标：满足客户需求
——想尽一切办法满足客户需求！**

2

**客户价值的奋斗目标：超越客户期望
——服务，再多那么一点点，创造客户感动！**

什么是客户价值



你去饭店，你会关注什么？



产品



服务



价格



档次

➤ 什么是客户价值？

➤ 客户价值有什么用？

➤ 客户价值怎么用？

“客户感情账户”

——储存的是客户对于企业的信赖 感和安全感



感情帐户储存的是增进人际关系不可或缺的“信赖”，也就是他人与你相处的一分“安全感”。

企业与客户之间也存在这样一个帐户，即客户感情账户！

企业在客户方面的每一个举动，都在无形中增加或减少客户感情账户的额度。

KFC一贯的客户价值积累,造就了客户忠诚!



- 笑容满面的KFC服务人员
- 诱人的产品!



- 诱人的蛋挞
- 有优惠哦..

北京锡恩企业管理顾问有限公司 这样公司的笑脸真可爱真亲切。

KFC一贯的客户价值积累,造就了客户忠诚!



- KFC的服务人员,和快乐的小朋友在一起.



- KFC的服务人员庆祝六一国际儿童节.

结论

- **客户价值的意思是说决定一家企业生死的是客户**
- **如果不把客户价值上升到信仰的地步，企业必死无疑**

- 什么是客户价值？
- 客户价值有什么用？
- 客户价值怎么用？

客户价值的推动：

➤ 文化上 —— 高层第一推动

➤ 战略上 —— 细分你的客户，真正
懂得客户

➤ 执行上 —— 接触点的精细化和
专业化

一家火锅店如何来做“接触点的精细化”？

**如果你是一家酒楼的老板，
你会如何来经营， 如何来服务你的
客户？**

海底捞火锅城如何赢得客户？

- “海底捞”得名于筷子比较长。大家去吃的时候可以留意一下，筷子比之一般长出 $1/3$ 左右，当你用这样的筷子在比较深的锅中夹取东西时，就像是在海中捞物！



天天爆“棚”，有何秘密？



2005年5月26日 叶子柠檬

口味: 2 环境: 1 服务: 4 人均消费: ¥30

雁塔路店: 味道没有太深印象, 不过服务可是超超超赞的, 服务的mm脾气很好, 又很可爱, 大家临走时还在留言本上大大的表扬了她一下

喜欢的菜: 香泉豆腐

环境氛围: 朋友聚餐

餐馆特色: 有包房

2005年4月26日 marianna

口味: 2 环境: 1 服务: 1 人均消费: ¥38

尚勤路店: 肥牛不错, 滑牛肉很有味道! 拉面简直是舞蹈表演! 绝!!!

喜欢的菜: 滑牛肉

环境氛围: 家庭聚餐、朋友聚餐

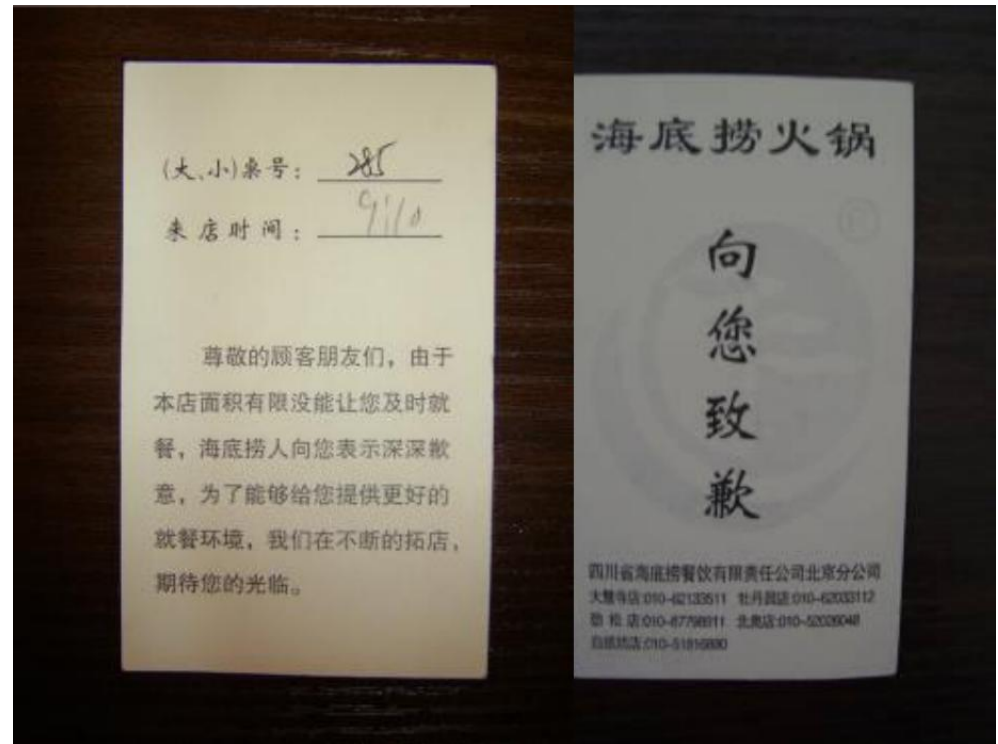
2005年4月24日 草圈戒指 

口味: 1 环境: 1 服务: 2 人均消费: ¥40

雁塔路店: 火锅倒没太大特色, 等位时的情景满有趣的, 除了茶水、小食, 甚至还有扑克! 让你虽然等得着急也不愿意走。

环境氛围: 家庭聚餐、朋友聚餐

没能让你及时就餐，海底捞向您表示深深歉意！



排队等位的人群，好壮观

海底捞排队的“座位号”正反面的内容，在向顾客表达歉意

北京锡恩企业管理顾问有限公司

没能让你及时就餐，海底捞向您表示深深歉意！



对不起，让您在这里等候，请先用点豆浆、零食和西瓜！

北京锡恩企业管理顾问有限公司



对不起，让您在这里等候，先看看杂志吧。我们这里还有围棋和扑克牌，你需要的话随时招呼我们！

没能让你及时就餐，海底捞向您表示深深歉意！



- 先生，等着也是等着，给您免费擦擦皮鞋吧，这样等着就不着急了。



- 小姐，利用这个工夫，给您美美指甲，很漂亮的。

海底捞的“美甲公告”：

对没有及时美上指甲的顾客，我们表示深深的歉意！



美甲公告

- ... 由于时间和我们人数有限，对没有及时美上指甲的顾客，我们表示深深的歉意！
- 您可以在周一到周五中午12点到下午3点来免费美甲！
- 海底捞欢迎您来，欢迎您再来！

训练有素的“擦鞋工”兼训练有素的“迎宾员”， 一个让人肃然起敬的人！



一个擦鞋工角色转变为一名迎宾员，角色转换前后的一番话，感动了顾客。

- 先生，皮鞋擦好了！
- （通过耳麦对讲）总台，有两位客人还在门口排队等候，请问有没有位子？好的！
- 先生小姐里面请，现在有位子了。对不起，让你们久等了！
- 先生小姐里面请，里面请！

北京锡恩企业管理咨询有限公司，你们稍等，菜单马上拿过来！

服务人员积极主动、和蔼细心，让心里感觉暖乎乎的！



- 主动倒柠檬水的服务员，脸上的笑容好灿烂。



- 主动给客人加汤的服务员，服务真亲切，态度好虔诚。



- 给手机套个袋子，可别让汤汤水水洒到手机上。

味觉和视觉都得到了很好的满足！



美味锅底，

很诱人的！

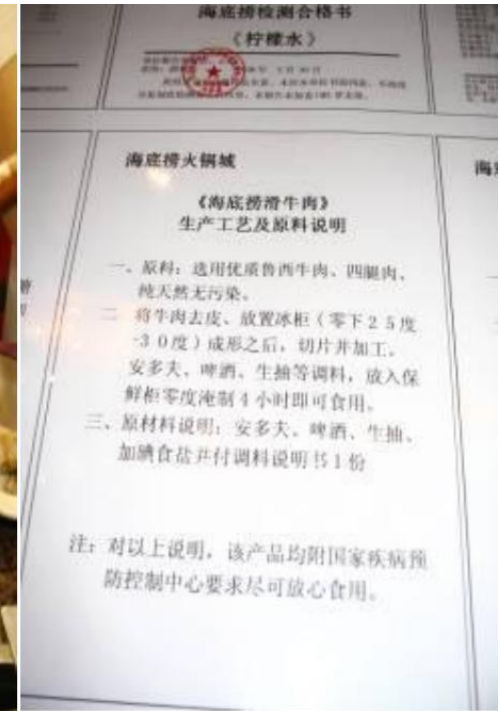
北京锡恩企业管理顾问有限公司



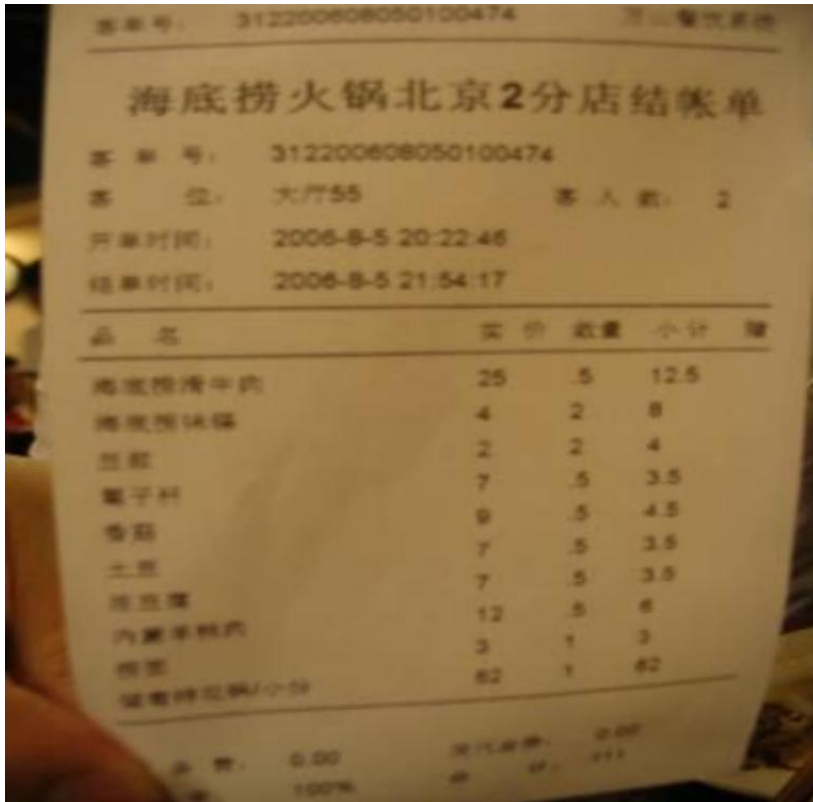
拉面师傅极具艺术感的“才艺表演”：

美食就是这么制作的哦！

离开的时候才发现，海底捞的柠檬水、滑牛肉等等，都有卫生局的卫生检测合格书。



好吃不贵，好实惠；走的时候有人提醒和问候，感觉真好！



- 买单时，服务员主动报上总价，82元；主动提醒客人检查单据和金额，并明确开发票需要到大门口的总服务台。
- 客人离座时，服务员主动提醒客人“请检查一下您的随身物品是否有遗漏”等，并迅速主动帮助检查。
- 提醒完毕，服务员主动招呼客人“您慢走，欢迎您再次光临”等。
- 即将走出大门时，大门口的2位服务员主动向客人打招呼“您慢走，欢迎您再次光临”。

从落座到买单，客人只需要主动招呼一次服务员， 那就是：“服务员，买单”！

- 海底捞不愧是客户服务的典范，在需要服务的每个时刻，服务员都准时主动出现并提供服务。
 - 一落座，服务员就主动上了西瓜，问候客人需要柠檬水还是豆浆，在得到答案后，主动倒了少量柠檬水给客人品尝。
 - 点菜时，服务员主动告知客人，菜可以点半份，这样可以多点几个。
 - 不用催促，所有菜肴在短时间内迅速上齐，服务员主动告知客人“菜已上齐，不够我们再给您加”。
 - 客人吃的西瓜皮刚放下，过来一个服务员主动将西瓜皮收走。
 - 在杯子里的柠檬水不及容积一半的4个时刻，服务员都准时出现，加至8成满。
 - 在用餐过程中，服务员3次主动询问“火要不要调整一下”，并帮助调整。
 - 2次主动过来调整盘子的位置和顺序。
 - 2次主动换了湿毛巾。
 - 1次主动提供了一个袋子，主动帮助给客人的照相机套上，以免被汤水弄湿。

一个客人的海底捞体验日记摘选

让客户满意才是我们真正的结果

一般酒楼的结果定义：

- 满足客户需求：吃饭
 - 价钱合理、饭菜可口、干净卫生

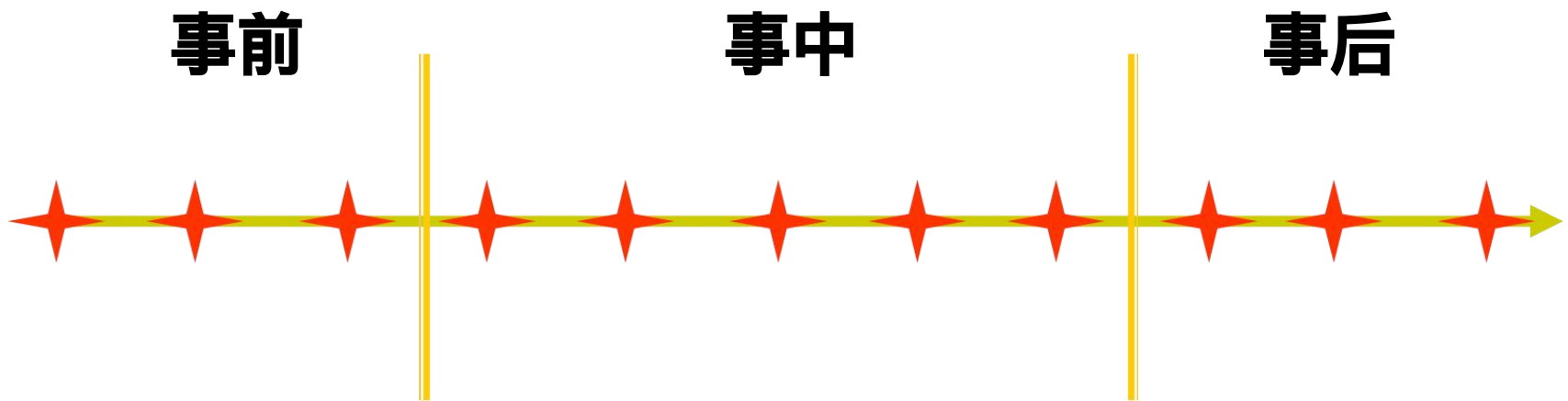
海底捞的结果定义：

- 超越客户期望：体验快乐、多重享受！
 - 儿童乐园、生日蛋糕
 - 免费美甲、擦皮鞋服务等
 - 免费豆浆、小吃、口香糖

接触点的精细化、专业化

- “海底捞”的成功在于客户价值接触点的精心设计和集体统一行动、紧密配合。
- 所有服务的提供都在客户提出需求之前提供，所有服务都满足和超越顾客的期望！

接触点的精细化、专业化



接触点—客户最关注的价值点
头脑风暴:企业如何做接触点的精细化
和专业化!

九段秘书，如何做客户价值？

我是
岗位几段？

1段	2段	3段	4段	5段	6段	7段	8段	9段
发通知	抓落实	重检查	勤准备	细准备	做记录	发纪录	定责任	流程标准化
用电子邮件或在黑板上发个会议通知，准备相关会议用品	发通知后，再打电话与参会的人确认，确保每个人被及时通知到	发通知，落实到人，在会前30分钟提醒与会者，确定有没有变动，对有急事不能参会的，立即汇报总经理	发通知，落实到人，会前通知，去测试投影、电脑等工具是否正常，并在会议室门上贴条：此会议室几点到几点有会议	发通知，落实到人，会前通知，测试设备，还先了解会议性质是什么？总裁议题是什么？然后给与会者，发相关资料，并告知与会人需要准备哪些资料	发通知，落实到人，会前通知，测试设备，提供相关资料，还在会议过程中做好会议记录（得到允许，做录音备份）	会后整理好会议记录给总经理，请示总经理是否发给参会人员，或其他人员，然后发出	将会上确定的各项事宜，一对一落实到相关责任人，经当事人确认，形成书面备忘录，交总经理与当事人一人一份。并跟踪各项工作完成情况，及时汇报总经理	做成标准化的“会议流程”，让任何一个秘书都可以根据流程，把会议服务成果做到九段，形成不依赖于能人的会议体系！

	任 务		满足客户需求		超越客 户期望	
--	-----	--	--------	--	---------	--