

企业楷模

“在激烈的市场竞争中，只有杰出的服务才能使我们的产品与众不同！”

■ 刘宇婷/编译

在我的家乡阿尔伯克基市，某品牌汽车的日均销量达到了 6~8 台，而且，在第一次接触的顾客中有 72% 的人会再次光顾。要知道，其他品牌汽车商的回头客只有 8% 左右！在衰退的汽车市场，如此骄人的业绩令人好奇而不解。

记得就在那年的一个星期五，当我第一次走进土星汽车销售公司时，员工们与我素不相识，却向我详细地介绍了他们的价格策略，每种车型的利润率以及员工的收入。他们甚至打开员工培训手册供我审阅，还说如果我需要更多的信息，欢迎我明天再来。我欣然接受了邀请。

土星汽车的销售采取“一价贴”的价格策略，也就是说，贴在车窗上的标价是各地统一的定价，不允许经销商加价销售，所以你不必费心思讨价还价，当然也不必担心比别人多花了冤枉钱。不仅如此，土星的销售员还不拿回扣，只赚工资。这就意味着，当你走进汽车展厅时，不会被过于热情的销售员围攻。

星期日，我和妻子简像往常一样散步。在这个特别的六月的清晨，简轻轻拉起我的手柔声说：“不知道你记不记得，今天是我康复 5 周年的日子。”5 年前，她被确诊罹患乳腺癌并接受了手术。我一时间无言以对，不仅为自己感到尴尬，还因为我猛然意



识到，我们似乎把所有的时间都用来赚钱谋生，却不曾用赚来的钱好好享受生活。

翌日，简去学校教书了，我仍满脑子想着如何为她庆祝的事。我作出了少有的冲动之举——购买了一辆土星牌汽车。我付了现金，但没有确定车型和颜色，而是约好周三下午 4:30 把妻子简带来，由她挑选。我把买车的缘由告诉销售员，并嘱咐他替我保守秘密，好给妻子一个惊喜。

星期二早上，我忽然想起简一直向往拥有一辆白色的汽车，便赶紧打电话给销售员，询问他店里是否有白颜色的车。他回答说只剩下一辆了，不过不能保证周三下午时还有，因为车卖得很快。我说不妨碰碰运气，让他把车放进展厅。

服务成就传奇

周三来了又走了，有个亲属意外地住进医院。结果，直到周六下午我才撒了个谎把简骗出了家门。我开车直奔土星公司，快速拐入停车场，简生气地说：“你在干什么呢？你答应我马上回家的！”我连忙说：“呃，对不起，我忘了，我必须在这儿取点东西，下周的演讲要用。”

简从没来过土星公司，我们一踏进前门，她就被吸引住了。她的目光掠过五颜六色的汽车的海洋，一眼瞅见展厅里有辆白色的双人小汽车，她径直走过去，坐进车里兴奋地说：“哦，多漂亮的小汽车啊！我能买辆新车吗？”我故意摇头道：“不行，等儿子大学毕业再说吧。”她恳求说：“我实在厌倦开那辆旧车了，我想要辆新车。”我仍然坚

持：“还有 3 个学期儿子就毕业了。我答应你，到时候一定给你买。”

这时，简绕到了汽车前面，猛地，她发出了一声足以令人血液凝固的尖叫！这是结婚 29 年来我从未听过的叫声！

让我告诉你发生了什么。原来，那位汽车销售员订制了一大条横幅挂在汽车的引擎盖上。横幅上印有一行醒目的大字：

“简，祝贺你康复 5 周年！这辆车属于你！让我们一起庆祝生活吧！——你的爱人以及土星公司全体员工敬上”。

后面是店中所有员工的亲笔签名。这突如其来的惊喜令简尖叫着倒进我怀里，放声大哭起来。我热泪盈眶，不知所措。我环顾四周，发现此时店内竟空无一人。我们的销售员早有安排，技工、销售员、管理人员甚至前台接待员统统撤离展厅，好让我们独享这激动人心的时刻。

即便如此，我们也不可能拥有太多的私人空间，因为那么多人站在展厅的玻璃窗外向内张望。当妻子扑入我怀里时，外面的人全都鼓起掌来，掉了眼泪。在此期间，新光临的顾客都被员工拦住，引到一旁，解释发生的情况。

这几年，我在美国、澳大利亚等地演讲时，经常把这个真实的故事引为传奇式服务的典范。旧金山的一位女士听了我的演讲后，竟然不远万里给我家乡的土星公司打长途电话，订购了一辆新车！正像土星公司曾宣称的那样：“在激烈的市场竞争中，只有杰出的服务才能使我们的产品与众不同！”

小贩的生存智慧

■ 周礼

前一段时间，我们小区的门口来了一个卖玉米馒头的小贩。他骑着一辆破旧的摩托车，车子前面挂着一个扩音器，里面传出有音韵感的叫卖声。车子后座上有一口黄皮箱子，里面放的就是馒头。

这个卖玉米馒头的小贩每次来后，他都要在小区门口停留半个小时。

起初他的生意不算很好，一箱馒头通常要剩下大半箱。后来，吃过他馒头的人发现，他的馒头很有特色，味道也相当不错，于是一传十，十传百，渐渐地整个小区的人就知道了。

后来，只要一听到那独特的“卖玉米馒头哟——卖玉米馒头哟”，大家就蜂拥而至，排着队买他的馒头，一箱馒头很快就销售一空，不少人空手而归，只能叹息着等到下次来再买。

奇怪的是，无论生意有多好，这个卖馒头的小贩总是一次拉一箱，从不加量。也无论时间早晚，卖完就收工，从不跑第二趟。并且他还不是天天来，通常隔两三天来一次。

我很纳闷，既然他的馒头这么畅销，为何不多做一点，那样也可以赚更多的钱。

有一回，我买完馒头忍不住问他：“你生意这么好，干嘛不多做点，每天多跑几趟？”

小贩听后，憨厚地笑着说：“我当然希望每天能多做些，多卖些，可是那样的话，大家就很容易吃腻，以后的生意就没法做了。其实，现在这种状况挺好的，你看，每次来大家

都争着抢着买，没买到的还觉得特别遗憾呢。”

听了他的回答，我不禁感慨万千，没想到一个小贩也会有这样深远的认识，这样超凡的思想境界。

记得在去年，小区门口来了一个卖凉粉的，开始生意好得不得了，一盆凉粉三五几下就卖完了。见此，小贩欢喜异常，他从每天卖一盆凉粉增加到两盆，又从每天卖两盆凉粉增加到三盆……

他满以为生意会一直这样好下去，可是好景不长，没过多久，食客急剧减少，最后竟无人光顾，他也只好关门大吉了。

是什么原因导致了他的失败呢？

现在我明白了，是因为他的贪心。小区内的住户是一个定量，每天的消费也有一个量。如果超过了这个量，也许短期内会带来可观的收效，但从长远的目光看，这是一种短视的做法，无异于自掘后路。因为量的扩大，一则品质不能得到保证，二则不会让大家有期盼的心理，三则很容易让大家吃腻。

卖馒头的小贩正是清醒地认识到了这一点，所以他才从不加量，每次只卖一箱，有时还故意吊吊大家的胃口，隔过几天才来。这样，他的生意得到了长足的发展。

不贪心，是一种生存智慧，只是很多时候，我们被利益蒙蔽了两眼，常常作出了错误的判断，其结果，可想而知。如果，我们在既得顺利时懂得控制自己的贪心，那么，很多收获便可以长久。

在忧患中发现机遇

■ 陈亦权

19 世纪末，在美国匹兹堡市的一个小镇上，乔治和他的另外三个朋友，都创办起了自己的电工设备作坊，但是，他们的产品只能在附近的一些城镇上打转。

有一天，乔治和他的那位作坊主朋友一起吃饭，不经意地看见一张报纸上写着这样一个信息：希腊雅典要举办第一届现代奥运会，奥林匹克秘书长皮埃尔·德·顾拜旦广邀各地商人赞助，根据不同规模，收费也不同，但收费最少的也要 50 万美元！只要交了钱，就有资格把自己的品牌放进各个比赛场地。

“交 50 万美元，就为了把商标在他们的比赛场地放一放？他想得太美了！有谁会做那么愚蠢的事情？”乔治的一位朋友用嘲笑的口吻说，另一位朋友也附和说像他们这种小作坊，去花这种钱简直是和自己过不去，和自己的作坊过不去！”

在大家议论纷纷的时候，只有乔治一个人没有发表任何看法，他听着朋友们的议论，心想真的是这样吗？奥林匹克是一个全球性体育运动会，如果自己的品牌能进入赛场，一定能在很大程度上提高品牌的知名度，那样何愁没有市场？乔治拿定了主意后，对大家说：“我会做这件事情，我要向银行贷款 50 万美元作赞助费，然后把我商标放到赛场上去！”

朋友们都笑他是脑袋发热，还善意地提醒他说那样做会掏空他的作坊，会害作坊倒

闭的，然而乔治并没有因此而打消念头，他在几天后就联系上了国际奥委会，与顾拜旦谈妥了相关的事宜，随后，他以自己的作坊做担保，向银行贷了 50 万美元的款，作为赞助费交给了顾拜旦。

这一笔无端增加的债务，让乔治的作坊运转得更艰难了，但是他还是努力坚持着，舍不得多浪费一美元，就连日常饮食也只吃最廉价的食物。乔治的朋友们都笑他当时没有听劝告，如今他们都一如既往地正常运作着，而乔治举步维艰。

几个月后，也就是 1896 年 4 月 5 日，第一届现代奥运会终于在希腊雅典举办了。当然，作为赞助商之一的乔治，他的电工设备商标出现在了各个赛场和数以万计的各类纪念品上，随着报纸的传播，他的商标走向了全世界，在开赛后的第三天，乔治就接到了包括希腊造船长和巴黎冶炼厂在内来自于世界各地的好几张订单，总价值超过了 100 万美元！

有了这几张订单，银行不仅没有急于催还贷款，反而还主动要求再贷款给他，让他扩大规模，加紧运作，就这样，乔治的作坊很快成了一家专业的电工设备公司，并逐渐发展成为全球最大、最专业的电气电工设备制造企业——美国西屋电气！

后来，那些朋友们不解地问乔治为什么能令作坊发展得这么好，乔治回答说：“人与人之间唯一的区别就是心态，消极的人会在机遇中看到忧患，而积极的人却能在忧患中看到机遇！”

在日本，互寄新年贺卡是一件非常重要和神圣的事情，新年来临之际，人们基本上都会到邮局购买一些有奖贺卡——邮票和贺卡编号全印在同一个平面上。这样当你邮寄出一张贺卡时，也就等于同时邮寄出一张奖券给对方。如果收卡人中奖了，就会得到小至一台收音机，一辆自行车，大至一台彩电，一辆轿车的奖品。每年，新年贺卡销售都能产生上千万美元的利润。

但这项买卖一直被日本各地的邮局垄断着，因为只有它们才有邮票发行权。后来，有一家叫博报堂的日本广告公司，其总裁杉木之幸想到了一个打破邮局垄断的好办法，也想从中分得一杯羹。但博报堂没有发行邮票的权力，它们又是怎么让寄卡人来找自己呢？

杉木是这样做的，他先在网上展开大规模的宣传，称博报堂所有的有奖贺卡都是免费给寄卡人的，寄卡人不仅不需要去邮局买贺卡，也不需要付任何邮寄费，只要来博报堂选就行了，然后填上要收卡人和你自己的联系方式即可。

但免费还不是吸引人们去选寄博报堂贺卡的最大动力，因为贺卡本身并不太贵。为此，杉木还承诺，如果收到贺卡的人中了奖，不管是大奖还是小奖，寄卡的人也会得到同样的一份奖品。

也就是说，寄卡的人寄得越多，收卡的人就越高兴，因为他们中奖的概率就会越大，当然寄卡人自己也是。

既不需要花一分钱，还有可能中奖，此方法一出，立即在日本引起巨大的轰动，以至于每 5 个日本人中就有 1 个人收到或给别人寄过一张博报堂的新年贺卡。

那么杉木的赢利点又在哪儿？因为贺卡和奖品都是需要成本的，答案是广告！因为在博报堂的每张贺卡上都有广告位，由于博报堂贺卡的发行量巨大，而且传递的是一种情感和关怀，因此极易被人们珍藏着。因而，第二年，很多商家轻易就被杉木说动了，愿意付出不菲的价格在贺卡发布广告，这让博报堂每年有近亿美元的收入。

打破市场垄断者的最好方式就是不按对方设定的规矩出牌，独闯出一一种完全不同于它的新方法。



最佳酒店不一定是最贵的、最新的，而一定是最注重细节完美的。

芝加哥有一家老酒店，多次被评为“全美最佳旅馆”，虽然它不够雄伟，更称不上什么地标性，甚至看起来还有一些老旧，但是，它的诸多细节告诉我们，有时候软件比硬件更为重要。

细节一：酒店门口的吸烟处，它设置的玻璃墙角，可以在风起的时候为客人挡挡风，而小小的三角台面则方便客人在吸烟时临时放一下手上的东西。

细节二：散乱地放在桌子上的充电器和相机线，被打扫房间的侍者细心地缠绕了起来。

细节三：堆放在桌子上的个人用品也被侍者仔细地码放好，还在下面铺了一块手帕。

细节四：床头的阅读灯既有聚光的也有散光的，为的是方便客人的不同选择。此外，冰箱里有各种收费饮料，而床头柜上，也没忘记为客人准备免费的矿泉水。

细节五：为了不让客人在洗澡的时候错过感兴趣的电视节目，浴白上面特地安置了一台小电视。

细节六：浴白旁边的防水按钮，不仅可以调电视、收音机，还可以用扩音器接电话。

细节七：透过设置在马桶对面墙上的镜子，也可以看电视。

细节八：傍晚，服务员会再次来到客人的房间，在整理好床被之后，再在床前为客人铺好地毯并放上拖鞋。

细节九：一台电视被安在一扇“门”上，随时可以调节角度以适应客人的不同视角。打开“门”以后，就可以躺在床上看电视了。而关上这扇装着电视的“门”，还可以坐在沙发上欣赏电视节目。

经营方法

一个苹果救活了整个水果店

■ 任文舟

在二战经济大萧条时期，日本的许多中小型企业纷纷破产，大多企业只好关门大吉。其中一家水果店也受到很大冲击，老板惨淡经营，举步维艰。

然而老板很有经济头脑，他不甘心就此失败。经过一番苦思冥想，他想出了一个绝好的办法。老板派人去苹果产地预先订购一些苹果，在成熟以前用标签贴在苹果上，当苹果完全变红之后，揭下标签纸，苹果上就留下了一片空白。

水果店老板从客户名录中挑选大约 200 名订货数量较多的客户，把他们的名字用油性水笔写在透明的标签纸上，请人一一贴在苹果的空白处，然后送给客户。结果几乎所有的客户都对这种苹果感到惊讶，并且十分感动，因为客户们认为商店真正把他们奉为



上帝、放在心上了。

送给每个客户一两个本地产的苹果，实际上花不了多少钱。但顾客接到这一礼物都十分感激，其效果不亚于送一箱苹果。因为这一两个颇富人情味的苹果，客户们记住了这一家水果店。

很快，这家水果店的水果销售量大增，顾客盈门，而且还扩大了门面。

一定不要忽视每一个小小的富有人情味的细节和举动，或许那正是我们人际关系和事业成功的关键。

议。顾客的意见很快反映到了老板那里。

不久，老板出台了一项规定，每天对进入店内的人数进行限制，专门留出一些空位，这样有利于人们放松心情，舒缓压力。

今天，我们正好遇上了人数限制，就被拒之门外地了。可是，被拒之门外，非但没有引起我们的不满和愤怒，反而对老板别具一格的经营理念多了几分理解和称赞。

这家小店也因此声名远播，顾客纷至沓来，回头看看街上人满为患、消费火爆的店面，不能不赞叹这位老板的经营策略。

凡事皆有度，过犹不及。商场如战场，在激烈的市场竞争中，更需要讲究策略和智慧。有时候，开门迎宾是一种经营之道，而拒之门外同样是一种经营的智慧。

同时卡尔也确信那位满嘴胡言的竞争对手完全不知道有这个生意机会。

这使卡尔感到为难。

如果遵从牧师的忠告，自己就该告诉对手这项生意的机会，并且祝他好运。但是，如果按照自己的本意，他但愿对手永远也得不到这笔生意。

卡尔在内心挣扎了一段时间。牧师的忠告一直盘踞在他的心田，最后，也许是因为很想证实牧师是错的，卡尔拿起电话拨到竞争对手的家里。

当时，那位对手难堪得说不出一句话来。卡尔就很有礼貌地直接告诉他，有关弗吉尼亚州的那笔生意机会。

当卡尔说完后，电话中，有一阵子那位对手结结巴巴地说不出话来，但是很明显，他很感激卡尔的帮忙。

卡尔又答应打电话给那位住在弗吉尼亚州的承包商，并且推荐由对手来承揽这笔订单。

后来，卡尔得到非常惊人的结果，对手不但停止散布有关他的谎言，而且还把他无法处理的一些生意转给卡尔做，现在，除了他们之间的一些阴霾已经获得澄清以外，卡尔心里也比以前好受多了。

有奖贺卡免费送寄

徐立新

细节成就全美最佳酒店

意林