

企业楷模

如果缺少服务员的美好微笑,好比花园失去了春天的太阳与春风。

佚名

什么是服务?松下幸之助说:“以笑脸相迎,这就是服务。”微笑服务,向来被视为商家经营的法宝。

美国夏威夷,虽然仅有 100 万人口,但它却以热情洋溢的笑脸,每年接待了来自世界各地 400 多万游客。一位澳大利亚商人说:“阳光、海滩我们也有,但夏威夷的笑脸,你上哪儿去找?”可见,微笑不仅仅是一种服务态度,更重要的是成了一种商业竞争的手段。

一次,希尔顿召集全体员工开会,他对大家说:“现在我们旅馆新添了第一流的设备,你们觉得还应该配合一些什么第一流的东西,才能使顾客更喜欢希尔顿呢?”员工们



的回答五花八门,但希尔顿都不满意,他笑着摇摇头:“你们想想,如果旅馆只有第一流

的设备,而没有第一流服务员的微笑,顾客会认为我们提供了他们全部最喜欢的东西吗?如果缺少服务员的美好微笑,好比花园失去了春天的太阳与春风。假如我是顾客,我宁愿住进只有破旧的地毯,却处处见到微笑的地方,而不愿意走进只有一流设备但不见微笑的地方。”希尔顿经常到设在世界各地的希尔顿旅馆视察,他询问得最多的一句话便是:“你今天对客人微笑了没有?”

“微笑服务”成了希尔顿的经营名言。当 1930 年美国经济危机全面爆发时,整个美国的旅馆倒闭 80%, 希尔顿旅馆也陷入困境,一度负债 50 万美元。即使在如此困顿的时刻,希尔顿也不忘提醒员工要脸带微笑,他告诫大家千万不可把愁云摆在脸上,让微笑永远属于顾客。经济萧条一过,希尔顿旅馆立即便进入了它发展的黄金时期。希尔顿旅馆总公司由初创时的一家发展到几十家,遍布五大洲的各大城市,它成功的奥秘之一,是希尔顿的服务员总是带着美好而自信的微笑。

经营方法

卢尔沙西的“X-5≥X”

陈亦权

20 世纪 70 年代,泰国曼谷有一位名叫卢尔沙西的年轻人,租了两间店面经营茶楼生意,茶楼不大,放了三十张茶桌。

茶楼装修得分十分高雅,茶师更是一些有经验的专业人员。但是,茶楼生意并不好,几个月下来简直到了入不敷出、举步维艰的地步。

员工善意地建议他把茶楼转让出去,另谋出路。

“不!我一定能想办法让茶楼起死回生!”卢尔沙西坚定地说。

从那以后,他开始留意进店来的每一位顾客,希望能从顾客身上找到改变茶楼命运的方法。

一次,一位顾客边等人边喝茶,很是无聊。卢尔沙西走过去问:“我能帮助您什么吗?”

“我想我需要一份报纸。”顾客想了一下说,“否则,我可能要离开了。”

“真对不起,我这里没有订阅报纸,不过,我上周末买的一份旧报纸还在吧台里放着,要看吗?”卢尔沙西有点儿不好意思地说。

“行,行。”那位顾客回答道。从卢尔沙西手中接过那份旧报纸后,这位顾客再也没有

无聊的神情,更没有再提想要离开。

一份旧报纸留住一位顾客,也间接地留住了他的朋友,从而为茶楼创造了一个不可估量的消费团队。卢尔沙西的猜想没有错,第二天,这位要求看报纸的顾客便带了六个人过来喝茶。

这件事情给了卢尔沙西很大触动,他想:如果每天都有更多更全面的报纸杂志准备着,会不会就能留住更多老顾客甚至培育更多新顾客呢?

他立刻决定,在靠近茶楼进口处抽掉五张桌子,利用这个空间办起一个小小的阅览室。

“老板,我们的利润是由茶桌创造的,抽掉茶桌,我们的利润会减少……”不少员工提醒卢尔沙西。

“按正常的逻辑,你们的想法是对的,但从经营学角度考虑,我的想法未必错, X-5 应该会≥X。”卢尔沙西坚定地说。几天后,一个订了大量金融、商贸、新闻、娱乐等方面报

贝尔纳广场的后面,我想我能找到他。我乘坐公共汽车来到了那里,我每敲响一个门铃就问:“这里是易莱哲先生的家吗?或者您知道易莱哲先生的家在哪儿吗?”

每个来开门的人都对我摇头,有的人似乎思考了片刻,但最终也是摇头。直到很久以后,我问到一个经营咖啡店的胖男人,他问我说:“你是说那个经营电器公司的易莱哲先生吗?”

当我对他点头的时候,他哈哈地笑指着前面一栋白色的房子告诉我,那里就是易莱哲先生的家。当我走过去摁响门铃的时候,我看到了易莱哲先生,他正在和他的家人们一起吃晚饭。原来,今天他的大儿子刚从英国回来。

当我告诉易莱哲先生,有个名叫安东尼的人打电话找他的时候,易莱哲先生非常意外又非常赞赏地说:“你就为了这件事情到处在找我?感谢你,我立刻给他打电话!”

我终于放下心来了。到这时,距下班时间已经整整过去了 120 分钟。

当我步行回到公共汽车站的时候,我看

刊的茶楼阅览室诞生了。

奇迹出现了,几乎所有客人都被这间阅览室所吸引。

渐渐地,卢尔沙西的茶楼里有阅览室这个消息传了出去,来茶楼消费的顾客与日俱增,一个月下来,创下的营业额竟然比之前多出两倍。就这样,卢尔沙西的茶楼阅览室一直都为整个茶楼经营创造着丰厚的利润。

1987 年,卢尔沙西将茶楼转让出去后加盟了肯德基。考虑到肯德基为大多数儿童所喜欢的特点,卢尔沙西采用了同样的经营策略,抽掉了五张餐桌,利用这五张餐桌的空间建起了一架滑梯和一只蹦蹦床,办起一个小小的“儿童游乐场”。让人难以置信的是,抽掉五张桌子办一个游乐场的方案,让他创下了亚太地区所有肯德基店面的月营业额新高。

现在,减去五张桌子办一个儿童游乐场的做法几乎已经在全球所有的肯德基分店中得到了沿袭和推广,在一定程度上,“X-5≥X”已经成为了肯德基经营文化的一种象征。

“只要你愿意比别人多承担一点责任,你就能比别人多一些机会。”

120 分钟的责任

李克红

1975 年,我在奥斯陆的易莱哲电器公司工作。当时,我是一个非常普通的文员。

有一天中午,我们的老板易莱哲先生离开了公司,他不知道去了哪儿,当我走进他的办公室整理材料时,电话响了。我通常是没有权力接这个电话的,但易莱哲先生不在这里,我只能接了起来。

“我找易莱哲先生!”对方说。

“抱歉,先生,易莱哲先生离开了公司,您可以告知您的姓名和电话吗?我会在这里留一张纸条,让易莱哲先生回来后就给您打电话,可以吗?”我问。

“这是一个好主意,我叫安东尼。”接着,对方说完他的电话号码后就挂掉了电话。

随后,我写了一张纸条放在了易莱哲先生的办公桌上,可一直到了下班时间,易莱哲先生还没有回到公司。我向我的同事和上司求助,我希望能找到易莱哲先生,但是没有人知道在下班时间去哪儿才能找到他。

“我只知道他家居住在卡尔·贝尔纳广场的后面,但我没去过,另外我想告诉你,下班时间到了,你就不用管这些了!”我的上司菲莉帕女士不无善意地提醒我说。

我不太赞同菲莉帕女士的话,我觉得我是接电话的人,我需要负这个责任。更何况,我现在至少知道了易莱哲先生的家在卡尔·

一个工厂主的生意清淡,他想改行,于是打算变卖自己的旧器材,他心想:“这些机器磨损得很厉害了,能卖多少算多少吧,能卖到四万元最好,如果别人压价压得很,三万元我也咬牙卖了。”

终于有了一位买主,他在看完机器后,挑三捡四地说了一大通,从剥落的油漆说到老化的性能,再到缓慢的速度,几乎没有停过。工厂主想这是压价的前奏,于是耐着性子听对方滔滔不绝地埋怨。

买主终于停了下来:“说实话,我不想买,但要是你的价格合理我可以考虑一下,你说个最低价吧!”

工厂主静静地思索着:忍痛卖了还是不卖?

就在他沉默的那三秒钟,他听到了一句话:“不管你想着怎么提价,首先要说明的是,我最多给你六万元,这是我的底线。”

结果可想而知,因为沉默的三秒钟,工厂主多赚了几万元。

有时候,在营销过程中适时适度地运用沉默的方式,往往会收到意想不到的效果。正因如此,许多营销高手常常会运用“沉默”这张牌来攻击对手,他们可以制造沉默,也可以打破沉默来达到自己的营销售目的。

威廉是位不动产的推销员,负责推销一块地皮。这块地皮约有八十亩,靠近火车站,交通很方便。可是,附近有一家钢铁加工厂,打铁及研磨机的声音十分嘈杂。

威廉想将这块地推荐给史蒂芬,他住在闹市区,一天二十四小时生活在噪音中。威廉的理由是这块地皮的价格、地点和史蒂芬的要求吻合,并且,史蒂芬对于噪音已经习惯,大概不会太在乎这一点。

威廉介绍这块地给史蒂芬时,他说:“史蒂芬先生,这块地皮的价钱比一般的要便宜些。当然,便宜有便宜的理由,就是会受到邻近工厂噪音的干扰,其他条件都与您要求的大抵相同。”

不久,看过地皮的史蒂芬做了一个决定,买下这块地皮。

他说:“你特别提到噪音,其实,噪音对我不成问题。我现在住的地方有十吨大货车的引擎声,声浪大得可以震动门窗;而且这里的工厂下午五点就关门了,别的推销员介绍这块地皮时,大多数人都不讲缺点,像你这样清楚地说出缺点,我反而放心。”

我们的很多推销员在向客户介绍产品时,都恨不得说成是极其完美的。其实,现在很多客户已经不只是听推销员的一面之词,而且是自己考察后作选择。所以推销员应该以诚为上,商品的优点和缺点都应该向客户说明白,这样就会在客户心中留下好的印象,使客户对所推销的产品产生信赖。

沉默的效果

薄志红

介绍缺点

瑞文

文明用餐

使用公筷公勺

多一双公筷 多一份安心

CIVILIZATION.HEALTH.CULTURE

文明 · 健康 · 修养

公筷公勺备一副 无忧无虑享口福

公益广告