



## 01免费服务的模式有问题吗？

服务对于中国企业来说，应该是最不陌生的一个词。从海尔的“星级服务”开始，企业依靠服务来经营的不在少数，但是，企业在服务上的努力并没有给企业带来预期的结果，反而拉高了顾客的期望，企业也为此支付了更高的成本，可是到头来顾客还是不满意。为什么会这样？

我在《中国营销思考》这本书里专门分析了中国企业的服务模式：免费服务。在书中我非常明确地指出，这个服务模式是错误的。如果不对自己的服务收费，也绝不会有人关心客户最需要的到底是什么——我只管那些我想到的事就好了。这样，顾客满意往往被等同于顾客服务，但事实上，顾客满意比顾客服务的含义更广，也更深。它包含很多因素，例如，所提供服务的类型，产品的质量、价格的可达性等。

当提出使顾客满意这个要求是，优秀的公司就会意识到，不能试图满足所有人的所有需求，而是要依靠一两个关键因素来实现有价值顾客的满意。服务与产品之间不是一个相互提升价值的关系，而是平行关系。产品的价值必须由产品本身来解决，服务的价值必须由服务本身来解决，而决不能把服务当作弥补产品不足的手段。服务必须是能够带来增值的，显然，中国企业大多还没有形成有效的服务模式。

## 02员工有没有服务的心态？

服务是什么？这个问题无数人问过。我曾经看过新加坡航空公司的一个对空乘人员服务热情动力的问卷调查，这个调查的结果是选择“喜爱空中飞行”作为自己服务激情的第一动力的员工比例约为76%。同样的问卷我也曾经让国内一家航空公司做过，但是把这一选项作为第一选择的员工只有3%。这个事实说明，服务是心态，而不是行动。

员工是否具有服务的心态是能够形成有效服务的关键。可是我们身边有多少人具有愿意为别人服务的心态，又有多少人真正喜欢自己所从事的行业和工作呢？我发现一个非常普遍的现象，当我一次又一次地做企业访问时，我最常感受到人们对于工作和职业的厌倦；大部分人都认为他们所从事的职业和行业是最辛苦、收入最低且最没前途的。

在公司里我们常常看不到快乐的员工，在日常生活中我们常常看到忧郁的人。为什么我们的一些员工不是精神饱满、神采奕奕，显示着青春和活力，而常常是精神不振、面色晦暗，显露出疲倦和衰老？后来，我明白了，是由于对职业的心态不同，导致长期的工作之下而产生的身心的变化。试想如果我们都不能够从事自己喜欢的职业，不能做自己喜欢的工作，又何来快乐的心态，就更不要奢谈服务了。我第六个不安来自于人们疲惫的身心。（本文完）

转自“春暖花开”微信公众号