

服务或销售的最高境界：为客户创造埋单的快感 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/480/2021_2022__E6_9C_8D_E5_8A_A1_E6_88_96_E9_c122_480385.htm 上次从北京出差回来，从机场坐大巴回家，由于睡意朦胧的，下车时放在电脑包外层的名片夹被小偷摸走了。这是一个花一百五十元买的名片夹，用一下子没有了名片夹，总觉得有些不习惯。上星期与“小器之王”梁伯强约好，周末去小榄侃大山，于是不得不把买名片夹的事提上议事日程。星期五下午我特地逛了一下万象城，看了几家都不满意，最后走进了一家专营皮具的专营店，一眼看中了陈列的柜台中的名片夹，很精致也很有美感，黑色的片夹有一道黄皮线环绕，我一眼就看中了。我问服务员这个名片夹多少钱一个，服务员告诉我是九百多，是意大利原装的新品。在服务员在取名片夹的时候，我同时又看到了旁边的同样风格的钱包，我又让服务员把钱包拿给我看了一下，再看一下价格是二千三百元。我打开钱包查看了一下，对其中的分层与夹层比较满意，于是就取出信用卡，给服务员说我要了，就买下了名片夹与钱包。其实当时我口袋里所有的现金只有三百元，只够第二天去中山的来去的路费了，出门口袋里不可能没有现金，而我的钱都投在了股市上，原以为我现金卡上还有三千元现金，结果一查卡上只有一百多元，而且最迟要在星期二才能取到现金，于是买完钱包与名片夹，立即打电话给我弟弟，让他立即送二千元现金送来我家。也许朋友们要说我是在卖弄，其实近三年来，我就是这样在生活的，确切地说是在学习如何生活。这三年以来我一直在做两件事，第一向大师学习如何思想和思考

，第二向有钱人学习如何生活，如何消费。写了那么多的文章都是学习的体会与总结，现在应该是到结业的时候了。三年来我不断地出入于各种高档的消费场合，不断地培养自己埋单的勇气并享受着买单的快感，收获远远超过消费与享受本身。自从我2001年来到深圳，出于扩展人脉与交际的需要，每年的开销都不会低于十万元，但是由于观念，尤其是凡事总要考虑着如何省钱，大都去一些中低档消费场合，开销不小，但是一直没有很好的效果，消费始终是百分之百的消费，而没有能把消费变成对自己的投资。而这三年来，虽然看起来都是在高档消费场合消费，但是开销的总量并没有明显增加，获得的结果是：1、单次消费的开销并没有明显增加，例如在高档餐馆消费与在普通餐馆消费，同样地的消费，前后相差也就在几十元钱，但是接受到服务的档次、环境不同，尤其是感受不同。2、单笔消费的开销明显增加，但是一次消费带来的享受品质与时间均大大提高。例如一个箱包，世界顶级品牌的也就是二千多，一套高档西装五六千元，但是使用期可能会是五年以上，平均下来每年就是数百元与近千元，相当于每年消费一次的开销。3、高档消费得到的不仅仅是商品与服务本身，关键是通过消费得来的感受超越了消费本身，每一次消费其实都是对自己勇气与能力的挑战。世界上没有人不愿意接受最好的商品与服务，只是勇气与能力不足而让自己沉没于中低档消费的海洋里。因为已经付出的品质与价值（含金量）不够，自然得到的回报的品质与价值（含金量）也就不会高了，这也是顺理成章的事。4、金钱的意义在于能用金钱满足生活基本的与品质的需求，钱只有在消费时才能实现它的价值，并在付钱的那一刻获得

一种快感，包括品质、成就、能力、勇气，与众不同，不同寻常、超凡脱俗的感受，这种感受是可以用钱买来的。人活着就要有这样的勇气：“只要是最好的，我就一定要”，由此开始最后的结果一定是：“我一定要成为最好的”。在对有钱的接触与了解中，在深圳，我结识的企业家或老板，个人的生活消费支出大际都在十万元到二十万元之间，其中有一位因移民海外，在香港及省外购置了千万以上的物业，因为纯个人居住使用的物业，加上跨国界的消费，年消费支出就远远超过了百万元，但与每年数千万元的投资和营业收入相比，这依然是微不足道的。移民海外表面上看是为了换个身份，其实为消除资本原始积累期间的罪恶感，因此每年就付出数百万元跨国界的消费性支出。还有一大批的已经富起来的人只知道赚钱不知道如何花钱，其实是没有把自己当有钱人看，依然以穷人的心态看待自己的金钱，而沦为了有钱的穷人。有钱人与没钱的人区别在于，有钱人能坦然地接受和面对各种消费，随时能满足自己的消费愿望，而没钱的人，处处显得不自信，总觉得有钱人的世界与他没有关系，并因长期压抑自己消费欲望，而陷于欲望的膨胀和不能伸张的矛盾中。由于长期心理上的压抑，导致在思维模式、行为方式、生活方式处于一种挣扎状，而给人以一种不可思议的感觉，让有钱的人甚至没钱的人都只能对其只能敬而远之。由此看来，问题仅仅在于观念与习惯的调整，商品与服务的供应商提供的商品与服务的品质与其自的消费习惯存在着某种内在的或必然的联系。三年来，我一直在思考这样的问题，为什么同样的商品与服务，在市场上价格总会有天壤之别，就拿一个钱包来说，便宜的十几元、几百元，贵的数千元以

上。问题在于商品与服务的品质不同，所谓的品质不同仅仅在接受商品与服务的同时接受者获得的感受不同。回过头来再来思考律师的服务，同样在的案件，有的律师的收费是一万元，而有的律师则能收上五万、十万元，区别往往不在案件本身，区别仅仅在于律师的不同，道理与商品的价格区别是一样的。很难想象一个亿万富翁如何能接受得了一个年顾问费只要一万元的律师的服务？所以律师必须要在自己的专业形象与社会形象上下功夫，必须给客户创造接受你服务品质与价值的满足感，给客户以埋单的快感。对此，北京的律师已经为全国的律师带了个好头，北京的律师无论专业形象与社会形象以及在社会上的影响力，远远超过国内其它地区的律师包括上海、广东的律师（详论见笔者的《北京、上海、深圳三地律师业的比较》）。北京律师一年收费五十亿，其中有相当一大部分是全国人民贡献的，北京的律师赚的绝对不仅仅是北京人的钱，上海与广东律师对自我专业形象与社会形象的冷漠与无为，导致珠三角长三角很多赚钱的律师业务，无论是诉讼业务、非诉讼业务都被北京的律师“抢”走了。就以刑事案件为例，广东省的律师因为有最高收费的限制，一个刑事案件全程服务收费三五万元，而北京的律师来广东办一个刑事案件，就仅仅是辩护阶段，收费往往都在数十万元、上百万元甚至数百万元。这种现象不能不发人深省，从事律师数年后，本人曾一度在事业上迷失了方向，也正因为此，干脆停下脚来，什么也不做，想好了再做。三年来我一直在苦苦寻找自己的事业路，最终在有品质的服务中获得了新的感受与灵感，找到了自己事业新的方向，就是与企业家共同成长。此行去小榄镇与“小器之王”、中国“隐

形冠军”的代表人物梁伯强对侃，也正因为此我以从事法律工作二十多年的积累以及对企业风险管理的研究成果，与梁伯强及其推广机构合作共同为立志成为中国企业行业冠军的企业服务。相信，在我们的共同的努力下，在有生之年能帮助一大批中国的企业成为国际、国内市场中行业的隐形冠军，这种快乐的感受无论是施予者与接受者都是无价的，还有什么事能比这更的意义与价值吗？总之，近三年来的收获与感受是：服务或销售的最高境界就是要为客户创造埋单的快感。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com