

客户中心积极心理学



[客户中心积极心理学_下载链接1](#)

著者:石泉

出版者:成都时代出版社

出版时间:2018-2

装帧:平装

isbn:9787546420486

积极心理学和以探索心理疾病为主的传统心理学有区别，它把心理学的研究方问从关注问题人群转为关注正常人群，帮助人们发现自身的潜力，帮助人们构筑生命的美好，帮助人们实现人生的价值，并通过这些新的干预方式将心理问题在前端化解。

对于客户服务行业的从业者来说，一方面面临着绩效、单调、繁忙等工作压力，另一方面还需要付出情绪劳动，当出现情绪失调时，可能对身心造成重大伤害。对于客户中心的基层管理者来说，一方面，具备解决自己和员工心理问题的能力非常重要；另一方面，通常缺乏结合客户中心管理的系统知识体系，难以实现更有效的管理。对于客户中心来说，一方面迫切地需要通过文化来提高团队的凝聚力，固化行为习惯，提高管理效能；另一方面，需要通过完成业绩、实现目标来展现自己的价值。

本书以积极心理学为根基，以管理心理学、认知心理学、情商和行为科学方面的最新研究成果为依据，以实用为出发点，让读者系统地掌握心理学相关领域的知识和工具，并通过客户中心的文化和指标管理来落地；通过对自我的觉察和管理，对他人的觉察和管理，实现组织中的人际关系协调，产生团队共鸣，挖掘并提高团队成员的潜能，提升组

织的管理水平，最终达成组织目标。

本书详细论述了怎样才能做到这一切的方法、步骤和策略，由“职场情绪与压力的管理”“客服中心实用管理心理学”“客服管理中的情商领导力”和“客户中心文化及指标管理”四部分组成。读过之后，你的感知、你的状态、你的追求，都会发生“积极”的变化。

本书不仅适合客户中心的从业人员，也适合大众读者。

作者介绍:

石泉

独立顾问及职业讲师，专注于客户中心积极心理学的研究、实践和知识传播。

国家二级心理咨询师，国家二级企业培训师，国际催眠师协会认证催眠师。

《客户世界》杂志编委，心理专栏特约撰稿人。

iCustomer客户管理轻学院特聘高级讲师。

先后毕业于北京科技大学管理学院和西南交通大学计算机学院，获得管理学学士和计算机硕士学位。曾经担任广东移动客服（东莞）中心副总经理，有16年超大型客户中心运营管理的实战经验。从客户中心的维护、基层管理做起，多次建设客户中心的场地和系统，熟悉客户中心和电子渠道系统、流程、团队建设等，对客户服务和电子渠道运营管理工作有深刻见解，所在中心也多次荣获行业大奖。

同时，常年担任广东移动的内部讲师，主讲课程：美国太平洋研究院版权课程《对卓越的投资》，是该课程的认证辅导员，有着非常丰富的知识梳理和体系传播的能力和经验。

知识涉猎广泛，在计算机、管理、心理学等领域均有深入研究，并能学以致用；结合多年的客户中心实战经验，转型成为独立顾问和职业讲师。基于多年管理的体会，希望在推动客户中心的管理工作的同时关注员工个人的成长，坚信通过自己的改变和努力，可以影响环境，带动团队走向卓越。希望能通过互动启发式的研讨交流，引导学员突破旧有思维，重新认知自己。

目录: 序

前言

第一部分：职场情绪与压力的管理

第一单元：潜力与自我效能

1.1认识自己的潜力

催眠状态下的潜力

紧急情况下的潜力

正常情况下的潜力

1.2阻碍潜力发挥的因素

信念、热情和勤奋

信念、热情和勤奋的关系

1.3自我效能

自我效能的来源与训练方法

1.4自行负责

归因

先天和后天
自我指导
1.5单元小结
第二单元：认识情绪与压力
2.1大脑的结构
人的大脑
三脑理论学说
2.2意识和潜意识
意识和潜意识的关系
意识的过程
经历与情绪
自我意象
“真理”和信念
追寻奖励
保持心理平衡
2.3压力
2.4情绪
2.5单元小结
第三单元：管理情绪与压力的方法
3.1ABC合理情绪疗法
PPP工具
3.2自我谈话
觉察和评估自我谈话
给予许可
谦虚
积极的自我谈话
3.3正念
什么是正念
正念训练
冥想
3.5运动
为什么要运动
要如何运动
3.5最重要的是认知
3.6单元小结
第二部分：客户中心实用管理心理学
第四单元：激发员工的积极性
4.1动机及动机理论
4.2动机的类型及转换
被迫性动机
外激励动机
内激励动机
抑制性动机
动机的转化
4.3激励和激励的类型
4.4客户中心激励实践
工作重塑
员工参与
正向激励和负向激励结合
竞争激励
综合使用激励方法
4.5单元小结
第五单元：团队管理
5.1理解团队

团队与群体
团队提高绩效
团队中的角色
5.2团队构建与发展
5.3个人目标与团队目标
寻求一致的目标
明确个人责任
5.4团队决策
决策的通用原则
头脑风暴法
名义小组法
拇指规则
5.5单元小结
第六单元：领导型管理者的关键能力
6.1两种管理者
管理者与领导者
领导型管理者和操作型管理者
领导风格
6.2影响力
内在影响力
权力影响力
间接影响力
6.3教练
教练五步曲
教练的心态
6.4授权
授权的方法
6.5领导变革
变革的阻力
变革的方法
6.6单元小结
第三部分：客服管理中的情商领导力
第七单元：用同理心理解他人
7.1同理心
7.2觉察他人
7.3管理中的同理心
7.4同理心的几个要点
同理心的等级
7.5同理心训练
辨识感受
同理心表达
7.6单元小结
第八单元：客户中心的人际关系管理
8.1人际关系的力量
8.2沟通
沟通的障碍
有效沟通的方法
8.3建设性反馈
建设性反馈的难点
负反馈
正反馈
接受反馈
8.4冲突管理
冲突的作用

化解冲突
8.5职场中的人际关系
向上管理
主动交往
8.6单元小结
第四部分：客户中心文化及指标管理
第九单元：客服文化及落地
9.1文化及文化原型
关于文化
四种文化原型
9.2客户中心的文化
9.3文化的落地
核心习惯
习惯的扩散
习惯融入文化
故事的影响
9.4习惯
习惯的特点
如何养成习惯
9.5单元小结
第十单元：客服中心的指标管理
10.1客户中心的指标体系
10.2客户中心的数据及分析
客户中心的数据
数据分析的要点
10.3制定目标和实现目标
制定目标的SMART原则
制定计划
10.4单元小结
• • • • • ([收起](#))

[客户中心积极心理学_ 下载链接1](#)

标签

积极心理学

社会学,企业

心理学

客服心理

社会学

客户服务

客户心理学

企业

评论

电子版可以在这里找到 简书的专题：做到更好-积极心理学系列课
微信公众好：做到更好 实体书在客户世界官方淘宝店（呼叫中心大本营）有售

机构很清晰，读后很收益。 给了很多面对自己情绪的方法，抓紧去实践了！ 感谢！

[客户中心积极心理学_下载链接1](#)

书评

[客户中心积极心理学_下载链接1](#)