
服务礼仪、意识与技能提升培训

一、课程目标

- 构建置业顾问专业、规范的礼仪形象。
- 提升置业顾问的整体素质。
- 突显对高端客户的尊重，烘托自身产品的价值。
- 规范及优化服务流程，加强实战沟通技巧，辅助提升业绩目标。

二、课程特点

通过大量的训练，包括案例分析、图片对比、现场解答、角色扮演、电影片段、情境模拟、互动游戏等形式，让学员在知性、热烈、投入的状态中，体验服务礼仪约定俗成的标准及找到如何改变自己的形象及服务技能的方法。讲授的观点简单实用，容易记忆，学完就可以用，而且用之有效。

三、参加人员：置业顾问

四、时间：1天（6小时）

五、课程大纲

第一讲 置业顾问的服务礼仪

一、礼仪的作用

内强个人素质、外塑高策健康向上的企业形象。

二、打造令客户信赖的专业形象：服饰、仪容的重要性

1、置业顾问仪容礼仪

发型、面部、口气、体味、指甲、妆容、体毛等的细节要求。

2、置业顾问的仪表礼仪

男士、女士着装的基本要求及行业规范。

三、打造令客户亲近的亲合力：表情、举止的重要性

- 1、练就婴儿的微笑与情人的眼神、不同目光凝视的区域与艺术；
- 2、接待客户时站姿、坐姿、行姿的基本要领、禁忌与训练；
- 3、与客人握手的注意事项、场合运用、规范与禁忌等；
- 4、名片的索取方式、交换及递接规范及禁忌；
- 5、倒茶添水礼仪：倒茶方法、茶盖的摆放方式等；
- 6、引领客人看盘时，如何在楼梯、电梯及走廊的做正确引领；
- 7、接打电话的相关注意事项；
- 8、每日自我形象检查表：顾客看到的每一个细节都是你素养的展现。

第二讲 高端客户服务意识与理念—客户价值

- 1、体验式互动：什么是服务？什么是客户？什么是高端客户？
- 2、忠诚客户与满意客户的区别及对企业带来利益与利润的数据对比。
- 3、什么是客户价值，实现客户价值的四个层次：产品、价格、服务及非业务价值！客户价值是服务的动力与方向，是给客户的解决方案，是最有力的营销。
- 4、客户价值的评判标准
感激的语言、感谢的握手、感动的眼泪、持续的订单。客户是用来感动的，而不是搞定的。
- 5、做客户价值的方法：排除法、新增法、递进法（案例：远洲集团如何以客

为尊)。

6、客户价值的修炼

- (1)、你的客户是谁？
- (2)、上周为这些客户做了哪些工作？
- (3)、这些工作的结果是什么？
- (4)、本周准备做什么事感动客户？

第三讲 黄金服务心态—四人心态

一、心态的两种类型：积极心态与消极心态

故事：东坡坐禅；死囚试验；小孩交作业。

二、两种心态的不同特征

三、什么是阳光心态？阳光心态的内涵（故事：河流过沙漠）

四、员工心态决定服务质量，决定企业发展。

当我们面对客户时，应该具有：

大人心态—像喜欢孩子那样喜欢客户！

男人心态—像喜欢美女那样喜欢客户！

强者心态—像喜欢老人那样喜欢客户！

商人心态—像喜欢金钱一样喜欢客户！

五、对待客户及同事的黄金法则

想赢就先付出——投资心态；想胜就先帮助——帮助心态；

合作是省时间——共赢心态；爱你就要求你——孝子心态。

六、四人心态的核心：每一个别人都是最好的别人，而自己是最好的自己！

第四讲 售卖过程的工业化服务

一、售前--F1 接触 (face to face)

- 1、服务与销售是从接触开始的，接触的目的就是最大可能降低交易成本！
- 2、我们为什么要接触？——接触是客户价值的起点！
- 3、接触的首因效应与持续效应。
- 4、接触方法、工具和训练的工业化，决定成败！

二、售中-- F2 未来/投资 (future)

(贯穿于整个接待、讲解沙盘、讲区位图及未来规划、带看样板间、讲解户型、需求了解、推荐房源、贷款等事宜解答、认购、签约、手续办理、收房入住流程中)

- 1、卖产品不如卖自己，卖自己不如卖未来；

从对立到同盟——卖产品彼此是敌对的，卖自己需要时间的持久，但是卖未来就可以在一瞬间成交。

- 2、如何分析客户的未来？

A、追溯希望法；B、放大痛苦法；C、战略同盟法

三、售后—F 3：感恩/回馈 (feedback)

- 1、你的老客户流失了多少？你的损失有多少？
- 2、你的客户对你忠诚吗？

➤ 感恩工业化：用于感恩的团队、机制、工具和训练三个方面的工业化

➤ 售后感恩客户的各种形式、工具与方法

四、售后服务团队如何成长—F4 分享/共享 (favourate)

1、环境的力量太强了！

2、开放分享的目的---营造一个加速的环境

3、如何将开放、分享工业化？

建平台（晨会、晚会、结果定义、兑现承诺）、工具、做推动、建立保障开放的机制、做透明。

五、售后服务心态工业化，确保团队持续成长—F5 师傅带徒弟，师傅更加成功（Forced to Success）

1、师傅带徒弟是饿死师傅，还是更加成功？

A、我为什么要带徒弟？

B、共同做好团队合作的利益分配。

C、用机制保障师傅带徒弟，实现团队的全面提升。

附、不同客户行为分析与应对

◇老虎型、孔雀型、猫头鹰型、考拉型、变色龙型客户的特点与应对方式。

演练：不同类型客户应对演练