

向海底捞学习服体验营销

【课程背景】

- 海底捞是何许人也？
- 海底捞一直特别火，学习者前赴后继。
- 海底捞是誉满京城的火锅连锁品牌，发迹于四川简阳，成名于北京等地，如今在美国和韩国开店。
- 8000 元起家，如今 100 多家店，营业额 20 个亿，利润是全聚德的 3 倍。
- 北京单店平均每天接待顾客 2000 人；顾客去吃火锅等两个小时很正常。
- 三伏天也要排队吃火锅；每天 3-5 桌的翻台率创造了业界记录。
- 冒充海底捞品牌的有十多个；80%的顾客回头率，8%的员工离职率。
- 国外没有一家店，却成为《哈佛商业评论》的经典案例。
- 很多投资银行要给海底捞钱，他不要；无数高薪同行挖他的员工，都挖不动。
- 无数同行学习他，模仿他，甚至派出卧底，上演无间道，也学不到精髓。
- 老板轻松自在，去图书馆看看书，在四川大山里转转悠悠。
- 必胜客、肯德基 200 人组团学习，扬州城管、广东电信组团学习。

.....这一切是为什么？

资深营销培训导师高定基老师潜心研究海底捞 3 年，从营销和人性管理两个维度深度剖析海底捞的成功秘诀。任何企业只要运用好这个秘诀，根据自己企业的实际情况适当做些调整和创新，都可以成就本行业的“海底捞”。该课程在圣象家居、华耐集团、广东电信、万科物业、广东移动等分享后，受到高度认可和赞赏。学员都纷纷表示，高老师这个课程太好了，非常深刻，非常震撼，操作性非常强，上午学，下午就可以用，我们早就应该学学海底捞了！

海底捞成功秘籍

- 海底捞的前世今生
- 海底捞的成功密码是什么
- 持续盈利的等式是什么

- 同样的服务为什么效果不一样
- 为什么海底捞的顾客是一桌一桌抓的
- 为什么张勇说我是丢了芝麻抓了西瓜
- 海底捞的顾客为什么愿意等几个小时吃饭
- 海底捞餐饮和别人有哪些不同的地方
- 顾客不高兴时海底捞如何处理
- 面对顾客五花八门的要求海底捞怎么做
- 海底捞成功密码的三种境界
- 海底捞成功秘诀的四项原则
- 为什么海底捞的员工那么有激情
- 为什么海底捞的服务员跑着服务
- 为什么海底捞员工的离职率不到 10%
- 海底捞如何培训新员工
- 海底捞如何给员工做职业规划
- 海底捞靠什么抓住员工的心
- 海底捞服务营销对房地产营销的启示

【授课时长】

3-6 小时

【课程收益】

汲取海底捞最成功的经验，马上运用，直接提升业绩。

【授课对象】

老板、董事长、CEO、总经理、核心高层、人力资源总监

【课程大纲】

第一单元 海底捞的客户价值

一、客户总价值

- 1.产品价值
- 2.服务价值
- 3.人员价值
- 4.形象价值
- 5.安全价值

二、客户总成本

- 1.货币成本
- 2.时间成本
- 3.精神成本
- 4.体力成本

三、业务价值与非业务价值

- 1.业务价值
- 2.非业务价值
- 3.房地产营销应重视非业务价值

四、海底捞创造了哪些客户价值

- 1.让等待成为一种快乐
- 2.品味的不仅仅是火锅
- 3.进餐中关注每个细节
- 4.照顾好您的小孩
- 5.五星级的洗手间服务
- 6.赠送果盘和小礼品
- 7.离开了还有我的牵挂
- 8.您的喜好习惯我记得
- 9.用我的心意换您的满意
- 10.没有的我们会去努力
- 11.感动您是海底捞的旨意
- 12.吃的开心也要看得开心
- 13.感恩回馈我们永不改变

五、客户价值的三种境界

- 1.满足客户的非业务要求
- 2.超出客户期望
- 3.感动客户

六、客户价值的四大原则

- 1.低成本——关注利润
- 2.可持续——能推广复制
- 3.可体验——客户愉快感受
- 4.高价值——员工用心服务

七、房地产营销服务案例剖析

第二单元 海底捞的员工价值

一、货币价值

二、福利价值

三、情感价值

四、成长价值

五、信任价值

六、安全价值