
《商务礼仪应用智慧》(营销服务版) 培训方案

(1-2天)

郑奕老师提供

一、课程介绍

课程背景：

有人说礼仪是一种道德修养；有人说礼仪是一种形式美；有人说礼仪是一种风俗习惯，因为礼出于俗，俗化为礼。商务交往涉及的面很多，但基本来讲是人与人的交往，所以，我们把商务礼仪界定为商务人员的交往艺术。

比尔·盖茨讲：“企业竞争，是员工素质的竞争，是团队力量的竞争，也是企业形象的竞争。”教养体现细节，细节展示素质，素质决定成败。因此，学习商务礼仪，有助于提升我们商务人员的个人素养；方便我们商务人员的交往应酬；进而有助于维护企业形象，因为在商务交往中个人代表整体，个人的所作所为，体现行业风貌，言谈举止，代表企业形象，是本企业的活体广告内，起到内强素质，外塑形象的关键作用。

总之，重视商务礼仪，有利于**巩固企业的美誉度**；强调商务礼仪，有助于**维护客户的忠诚度**。最终实现**树立企业完美形象，铸就企业永久品牌**之良好夙愿。归根结底，学习商务礼仪，能够塑造我们商务人员的软实力，确保商务精英业务能力的可持续发展，倍增业绩，实现价值，共创辉煌。

课程对象：业务人员、营销服务人员、市场前沿等精英人士，以及商业领域的中高层管理者。

课程内容：

第一讲：礼仪对销售工作产生的影响

您就是“公司”的“金字招牌”

礼仪对工作产生的影响

礼仪的核心与内涵

尊重为本

“教养体现细节，细节体现专业”

你的个人形象构筑“公司”公众形象的基石

第二部分：您的“销售顾问”形象塑造

首轮效应---良好第一印象的建立

形、气、神---瞬间感受的亮点

你的岗位应体现出的精神面貌
让客户对你产生信任感的塑造艺术
销售顾问的仪容规范
面部修饰、肢部修饰、发部修饰、化妆修饰
销售顾问的仪表规范
着装原则
饰物的佩戴原则与搭配技巧
西装的着装规范、套裙的着装规范与禁忌
情境着装艺术与技巧
世界范围内高级经理偏爱的十大知名品牌
现场个案分析与诊断：如何“提升”你的仪容

第三部分：销售活动中的礼仪规范

销售拜访前的客户预约
事先预约、准时赴约
迟到或失约要真诚告知客户
拜访前的准备工作
了解拜访对象个人和公司的资料
准备拜访时需要用到的资料及工具
拜访计划及目标设定
整理服装、仪容，出门核查
面对面拜访
说明身份及拜访对象
从容等待引领
敲门入内
自我介绍
寒暄与目光交流的区域
握手的艺术与禁忌
交换名片礼仪
席位安排的礼宾次序

商务距离的运用

电梯与乘车礼仪

会议礼仪

第四部分：销售活动中的公关交往艺术

距离有度，中国文化下的交往距离

问候的艺术

得体的称呼

距离有度

情境交往距离

馈赠礼品的艺术与技巧

商务宴客礼仪

商务用餐的分类

菜式的选择与搭配

点菜的技巧与艺术

餐桌上的销售沟通艺术

第五部分：销售活动中的谈判礼仪

创造良好的销售谈判氛围的注意事项

处理好影响谈判气氛的环境因素

注意谈判双方的座位安排

注意仪表和礼仪

创造良好的销售谈判氛围的技巧

开始时不露声色，谈双方都感兴趣的轻松话题

多强调双方的共同点

与对方建立和积累感情

第六部分：职业精神-销售人员必备的职业化素养

自我信心重塑

一切皆有可能

千里之行，始于足下

行为标准

品质意识—工作做到何种程度才算到位

双赢认知—个人与企业的发展是双赢的过程

机会酝酿在每一份工作当中