

---

# 服务营销

## 课程背景：

从系统的角度建构企业营销模式，发现企业利润新水源，是市场营销指南针，企业盈利加速器；

转变传统观念，向服务要利润，通过精细化服务营销系统植入，实现企业利润倍增；

从企业各个环节着手，执行真正实现能创造价值的服务营销体系。

## 课程特色：

主要特点：详细阐述服务营销的操作精髓；

案例指导：分析服务营销内训的经典个案；

案例训练：掌握服务营销的技能提升方法；

行动建议：服务营销培训的实战模拟练习；

提升建议：引爆服务营销潜力的行动方案。

**课程时间：**2天，6小时/天

**授课对象：**企业服务营销员工

**课程收益：**学员能够深入了解精细化服务营销,完全掌握服务营销技巧,全面提升企业员工素养和企业的品牌,创造更大的价值和更高的客户满意度。

## 课程大纲：

### 一、服务经济时代的营销思考

1、制造业PK服务业——“中国制造”的出路

2、服务经济的营销观念转变——关于精细化服务营销的迷思

3、服务经济时代企业“利润”提升之路——精细化服务营销的价值

**分析：**服务营销培训案例！

**解析：**服务营销内训案例！

**案例：**服务营销课程案例分析！

### 二、精细化服务营销的成功之“道”

1、由“惠普之道”引发的精细化服务营销思考

2、精细化服务营销是企业未来的利润来源

3、精细化服务营销是企业树立品牌的捷径

4、精细化服务营销是企业诚信的表现

5、精细化服务营销是企业竞争优势的体现

**讨论：**服务营销经典案例讨论！

**分组：**服务营销培训案例学习指南

**分析：**服务营销学习中的八大陷阱！

### 三、客户消费心理的精确解读

1、需要VS想要：究竟是什么在左右着购买

2、文化感受与消费心理的微妙关联

3、从ShareMind到ShareHeart

#### 4、非财务的数据管理：读懂企业的软数据

互动：服务营销培训案例评估

分享：某集团服务营销培训案例

分享：哈佛经典服务营销案例分析示范

### 四、精细化服务营销的核心技术

1、个性化服务的核心秘密——细化

2、高效营销执行力的基础——量化

3、稳定营销业绩的硬道理——流程化

4、快速整合资源的催化剂——协同化

5、人力资源系统保障战略——严格化

6、树立榜样标杆学习策略——实证化

7、差异化时代的秘密武器——精确化

分享：企业服务营销培训三步走！

案例：联想(中国)公司的服务营销培训案例

讨论：明天的道路——企业如何做好服务营销？

### 五、精细化服务营销组合

1、开创新的利润蓝海——服务产品精细化

2、准确定位服务价值——服务定价精细化

3、客户资源的经营流——服务渠道精细化

有效传播情感关联——服务推广精细化

分享：服务营销培训四部曲！

分享：服务营销内训五步骤！

分享：企业服务营销六技巧！

分析：某药业集团所面临的服务营销难题！

### 六、精细化服务营销的策略

1、实现客户升级的途径——服务细分精细化

2、抢占客户注意力蓝海——服务定位精细化

3、客户生命周期的管理——服务管理精细化

4、打造客户忠诚的策略——服务流程精细化

5、提升服务质量与效率——服务标准精细化

6、服务执行中的道与术——服务技巧精细化

7、持续提升服务的关键——服务督导精细化

8、服务系统的改善工程——服务改善精细化

分析：领导者服务营销做什么？

分析：服务营销内训哪些步骤很重要？

分析：服务营销培训哪个环节很重要？

### 七、精细化服务营销实战技巧

1、个个都是服务追求——服务目标精细化

2、字字都是服务宣言——服务承诺精细化

3、面面都是服务形象——服务展示精细化

4、处处都是服务窗口——服务现场精细化

- 
- 5、点点都是服务艺术——服务行为精细化
  - 6、句句都是服务名言——服务语言精细化
  - 7、时时都是服务演出——服务过程精细化
  - 8、事事都是服务体现——服务结果精细化

分析：企业如何贯彻服务营销全过程？

分析：服务营销培训，我们做对过什么？

案例：海尔集团服务营销咨询方案案例研究

## 八、制订精细化服务营销计划以及成功应用案例

- 1、阶段一：确定战略内容
- 2、阶段二：考察态势
- 3、阶段三：制定营销战略
- 4、阶段四：资源配置和监督

讨论：企业服务营销的八面金刚

案例：一次失败的服务营销培训案例

分组：如何打通企业服务营销的任督二脉？

## 九、成功应用案例

- 1、精细化服务营销应用个案一：美国西南航空公司的个基本态度
- 2、精细化服务营销应用个案二：浦银安盛：为客户提供精细化服务
- 3、精细化服务营销应用个案三：活力斯精细化服务营销系统

服务营销培训总结