

银行服务营销管理

(2天)

【课程内容】

第一单元 认识服务与服务营销

教学目标：通过本章学习，使学员了解服务营销的兴起与演变过程和服务营销的一般特点认识服务的本质，为进一步学习和研究服务营销打下必要的基础。

教学内容：

一、服务营销的产生背景

- 1、知识经济是以服务业为主导的经济
- 2、服务营销与经济全球化

二、服务

- 1、服务的本质与定义 (Rathmell)
一种行为，一种表演和一项努力
- 2、服务的特征
 - (1) 不可感知性
 - (2) 不可分离性
 - (3) 品质差异性
 - (4) 不可贮存性

三、服务营销

1、服务营销的一般特点

服务营销指的就是服务企业在深刻理解服务体验本质的基础上，通过服务人员与顾客在服务过程中的互动，增加服务提供的价值，建立稳定客户关系，提高顾客的满意度。

2、服务营销的发展与演变

案例：MOT (美国银行)

第二单元 服务消费过程和行为

教学目标：掌握购买服务产品评价的依据和购买服务的决策理论。并能够对消费者服务消费行为和心理活动进行分析。

教学内容：

一、客户与客户心理过程

- 1、客户角色定位
- 2、需求、愿望和期望

二、银行服务产品属性

- 1、搜寻属性
- 2、经验属性
- 3、信任属性

三、服务的决策模式

- 1、行为模式
- 2、服务的决策模式
- 3、服务产品中的顾客利益

- (1) 结果利益
- (2) 过程利益
- (3) 关系利益

第三单元 树立卓越服务理念

教学目标：通过本章学习，使学员了解《二元互动的角色理论总览：服务接触》理论，掌握关系营销、顾客满意、超值服务等最新的服务营销理念的内涵。

教学内容：

一、服务体验及其构成要素

- 1、服务员工；
- 2、服务设施；
- 3、服务顾客；
- 4、服务过程。

二、服务过程

- 1、服务作业程序和系统
 - (1) 服务作业的程序
 - (2) 服务作业系统
- 2、服务过程的管理和控制
 - (1) 顾客的服务过程参与
 - (2) 质量控制

三、服务剧场模型和服务接触的扩展模型（Grove 和 Fisk）

- 1、员工与顾客的接触、
- 2、员工与系统的接触、
- 3、员工与环境的接触、
- 4、顾客之间的接触、
- 5、顾客与系统的接触、
- 6、顾客与环境的接触、
- 7、系统与环境的接触。

四、关系营销理念

- 1、关系营销理念及其指导作用
- 2、关系营销的目标与途径
- 3、关系营销的6个市场领域
- 4、关系营销的实施步骤

五、顾客满意理念

- 1、顾客满意理念的目标指向
- 2、顾客满意理念指导下的企业营销策略

六、超值服务理念

- 1、超值服务及其系统
- 2、顾客附加价值与理想服务

第四单元 寻找服务品质缺陷及其改善办法

教学目标：通过本章学习，使学员掌握服务营销五大质量缺口模型，并根据其寻找服务品质缺陷，从而改善服务质量

教学内容：

- 一、认知缺口：不了解顾客的期望
 - 1、形成缺口的原因
 - (1) 不完备的市场需求调研
 - (2) 公司内部缺乏有效沟通
 - 2、弥补缺口的的方法
 - (1) 外部市场调查
 - (2) 公司内部沟通
- 二、设计缺口：未选择正确的服务质量设计和标准
 - 1、形成缺口的原因
 - (1) 盲目的服务产品开发
 - (2) 糟糕的服务设计
 - (3) 不适宜的有形展示和服务场景
 - 2、弥补缺口的的方法
 - (1) 服务组合与新服务开发
 - (2) 服务蓝图制定
 - (3) 服务标准设计
- 三、服务生产与交付缺口：未按服务标准提供服务
 - 1、形成缺口的原因
 - (1) 公司人力资源政策措施不当
 - (2) 顾客没有发挥应有的作用
 - (3) 公司不能有效协调需求与供给关系
 - (4) 服务中间商的问题
 - 2、弥补缺口的的方法
 - (1) 服务人员管理
 - (2) 顾客管理
 - (3) 需求与供给能力管理
- 四、沟通缺口：供应商未能履行承诺
 - 1、形成缺口的原因
 - (1) 缺乏一体化的服务营销沟通
 - (2) 对顾客期望的低效管理
 - (3) 公司过度宣传
 - (4) 不充足的平行沟通
 - 2、弥补缺口的的方法
 - (1) 服务承诺与服务传递相匹配战略
 - (2) 管理服务承诺
 - (3) 管理顾客期望
 - (4) 超越顾客期望
- 五、期望—感受缺口：顾客差距
 - 1、形成缺口的原因
 - (1) 不了解顾客期望
 - (2) 未选择正确的服务设计和标准
 - (3) 未按服务标准提供服务
 - (4) 未能履行服务承诺
 - 2、弥补缺口的的方法

- (1) 开展服务补救
- (2) 建立顾客关系
- 六、服务质量管理模式
 - 1、产品生产模式
 - 2、消费者满意程度模式
 - 3、相互交往模式
- 七、提高服务质量的方法和策略
 - 1、提高服务质量的方法
 - (1) 标准跟进法
 - (2) 蓝图技巧
 - 2、提高服务质量的策略
 - (1) 树立整体质量管理的思想
 - (2) 制定科学的服务营销战略
 - (3) 高层次管理者必须重视服务质量的提高
 - (4) 建立服务绩效的监督、考评机制
 - (5) 建立使顾客不满变为满意的系统
 - (6) 创造良好的服务环境
- 八、服务营销文化
 - 1、服务营销文化的概念及功能
 - (1) 服务营销文化的概念
 - (2) 服务营销文化的功能
 - 2、服务营销文化的要求
 - (1) 制定服务战略
 - (2) 改进组织结构
 - (3) 建立服务导向的领导体系
 - (4) 对员工进行必要的知识和态度培训
 - 3、服务营销文化的塑造
 - 4、加强员工培训
 - (1) 使员工尽可能详细地了解企业的服务战略，从而确定自己的角色
 - (2) 使员工形成对企业服务战略和顾客意识、全员营销意识的良好态度
 - (3) 加强员工沟通、销售和服务技巧
 - 5、利用有效的激励手段