

服务礼仪服课程大纲

【课程背景】

一流的企业，一定具有一流的企业形象。在具有中国特色的市场经济发展到今天，同质化的企业面向一样的客户群体，在这样恶劣的环境下，企业如何胜出，其关键就在于服务，所以在今天所有的企业无论从事何种行业，都可以归类到服务型企业的类别里。为更好地在市场竞争中脱颖而出，就一定要注重服务礼仪的学习和训练。服务礼仪是企业文化的现实表现，是员工个人品味、信心、仪态、形象、修养的具体反映。注重服务礼仪，按服务礼仪要求服务，是现代企业从业人员的最基本要求。有型，规范，系统的服务礼仪，不仅可以树立企业的良好形象，更能赢得客户的理解、好感和信任。注重服务礼仪，可以提升企业员工的个人素质，树立良好的企业品牌形象，提升客户满意度，增强企业竞争力。

【课程收益】

- 1.建立企业服务人员乐在工作的职业心态，以积极的态度面对新的挑战
- 2.通过对本课程的学习，全面打造企业服务人员职业形象
- 3.通过对本课程的学习，提升企业服务人员的现场服务意识，追求卓越服务
- 4.通过对本课程的学习，使学员掌握服务岗位规范，提升服务质量，为企业创造出更好的经济效益和社会效益。
- 5.采取集中培训的方式，让员工从服务意识、服务形象，服务行为，服务沟通以及职场日常迎送往来的服务礼仪五个方面掌握高效的服务标准和服务要求。

【课程方式】

课堂讲解 + 案例教学 + 实战演练 + 小组讨论 + 情景模拟 + 游戏活动

运用企业教练技术、分组讨论、案例分析、实战演练、角色扮演等。

【培训对象】

国企、私企、外企、银行、餐饮、酒店、医美、管理人员、行政人员、贸易人员、办公室人员、公关、销售经理、公司的商务接待、客服人员等。

【授课时间】

1-2天（根据企业实际，半天3小时，全天6小时，2天12小时，可选）

【课程大纲】

第一部分：认识服务——绩效增长剂

破冰游戏分组

一、核心观点：学有用的礼仪（以公式：行为+环境+意义带入）

区分服务效能的“服务”与市场上通常的服务礼仪差异

1. 有效行为+合适环境+卓越客户体验
2. 员工之于企业——人人皆是效能
3. 服务效能PK传统礼仪培训：绩效至上 服务入心
4. 服务的核心是人，贵在人和

二、优质客户服务的价值

- 1、打造服务利润链
- 2、客户服务与销售同样重要
- 3、深刻理解客户关系
- 4、深刻理解客户服务
- 5、你是在为你自己工作
- 6、客户服务仅仅履行职责是不够的

第二部分：服务之益——爱的唤醒剂

一、不体验，不成体验

1. 怎么学：多参与，多投入，就有多少收获，

案例：马云和马化腾

2. 服务礼仪：提升职场软实力

二、好的服务如同招财猫

1. 个人收入提升的帮助：关系融洽，氛围和谐
2. 个人职业发展：个人成长，鸿运当头
3. 对幸福指数的提升：家庭幸福，称心如意
4. 对企业发展的帮助：企业发展，蒸蒸日上

第三部分：服务之心——卓越服务孵化剂

一、好的心态产生好的行为，好的行为才能有好的服务结果

1. 礼仪的发展阶段

案例：六祖禅师

2. 服务意识从心开始
3. 服务礼仪的根本

二、境由心造，境随心转

1. 服务意识的力量

案例：以一次客户投诉为例

2. 以客户为中心的原则

3. 服务6心法则：六星级心态模型

4. 快乐服务的5个心态

5. 快乐服务的5点精神

6. 创造客户良好的服务体验

第四部分：服务之相——客户体验缔造者

一、服务呈现之果：客户重复采购

二、收获绩效而非眼球

三、展现专业气质——让客户舒心

互动：请学员参与示范

1. 仪容仪表礼仪

案例：飞机上的服务

2. 工作中的职业化着装规范

学员互动/点评讲解

案例：服务分场合

3. 仪态礼仪——站立、行走、蹲、手势、表情

现场演练 + PK

互动：请男士和女士学员分别示范并进行讲解

4. 职场仪容的禁忌

四、体现客户身份——让客户称心

本节作业：第二天上课要求每个人都能否按照职业化标准衣着打扮

1. 服务接待流程：

互动 + 情景模拟：请学员配合根据拟定的场景演练，点评

1) 商务迎来送往

2) 会议管理；

互动 + 提问 + 情景模拟

2. 常用接待规范训练：

1) 递解礼仪

- 2) 电梯礼仪
- 3) 迎送礼仪
- 4) 位次礼仪
- 5) 鞠躬礼仪
- 6) 指引礼仪
- 7) 握手礼仪

本节结束：小组演练 + PK

第五部分：服务之境——客户体验开拓者

一、场域带来的好处和坏处

案例：图片示范服务环境带给人的感官

1. 大厅服务管理
2. 现场环境管理

案例：中国移动营业厅“工作人员”

3. 办公室环境管理，场域会影响一个人的行为，人的行为可以带动现场氛围

案例：破窗效应

二、好的场域是个聚宝盆

案例：图片示例，捕捉影响客户消费的环境关键银色

1. 境有心转
2. 场域决定了企业形象

三、服务环境优化建议

推荐书籍：《断舍离》

第六部分：服务之言——客户体验传送者

互动：提问语言表达实质上表达的是什么

一、通过语言服务最终要创造的是经济价值

1. 沟通出效率，提升质量，语言服务等于企业利润
2. 沟通语言表达原则
3. 沟通中听的技巧
 - 1) 听的技巧
 - 2) 听的不好的习惯
 - 3) 听的好习惯

4. 沟通说的技巧

- 1) 说话四诀
- 2) 不同对象的沟通技巧
- 3) 沟通场所的选择
- 4) 把握好沟通的内容

二、服务表达的 123 原则

1. 沟通表达 1 个出发点

出发点：让客户听得懂才能收的到

2. 沟通语言 2 个服务体验

服务体验一：被尊重

服务体验二：被满足

3. 沟通中的 3 个语言标准

游戏互动：表达障碍造成的感知和偏差体验

语言标准一：让客户听得懂的结构化表达

案例：咬文嚼字

语言标准二：让客户清晰感知服务价值

案例故事：投诉客户的质问

语言标准三：让客户感觉你真的懂他

4. 文明用语使用

1. 常见文明用语
2. 恰当的称呼

三、服务中的沟通金句和投诉应对

1. 沟通中的 4 个服务金句

服务金句一：我能为您做什么

服务金句二：我可以先帮您看一下

服务金句三：我很愿意为您做

服务金句四：不过我需要跟您解释一下

2. 如何搞定投诉 5 句话

互动：提供若干服务场景，让学员互相角色扮演做综合演练

3. 训练：常用规范服务（语气，语调，表情，专业一对一训练）

四、总结

客户方案导选：您可以从以上培训模块中选取您所需要的培训内容。一般来说，模块选取越多，需要的培训时间也越长。单个模块课或两个模块课程可作为 3 小时或一天的培训内容。考虑到参训人员往往需要练习消化课堂内容，三个或以上的模块课程建议在一天到两天内进行。您也可以进行阶段式培训或不定期培训，具体培训形式可与接洽人员拟定。