

门店体验式服务提升（3天）

【课程背景】

我们每天都在服务他人也在接受服务，什么样的服务给我们留下好的体验？我们如何提供给顾客有一个好的服务体验呢？如何打造一个卓有成效的服务团队让我们的服务打动人心呢？

不管是线上服务，还是线下体验式的服务，我们如何才能抓住服务的核心呢？本课程基于“美国苹果零售直营店体验式服务模式”，结合先进的服务心理理论，萃取成“APPLE 苹果服务体验五步法”、“服务体验层次理论”、“体验之箭”等简单、好懂、易于实践的方法论。既有理论高度，更有实战演练；有方法工具，更有模板图表，让学员即刻上手、易于使用。

通过实践本课程的思想及工具，可以将服务从“单向传递”成功转变为“互感模式”，从而实现“内在体验式服务”，让服务真正的走进客户的内心；同时让服务人员收益服务呈现的喜悦，告别服务中的各种苦恼；让工作场所变成服务人的乐园、客户的家园；让企业带来销售业绩和服务管理上的全新突破。

【课程精华】

1、理论和实战结合

从美国苹果直营店体验式服务的实践出发，复盘萃取出其中的方法论；并结合“三脑服务理论”基础，步步演变，并形成可以轻松实践的方法与步骤。

2、模板、步骤、图表易于操作

体系模版、各种简单步骤、数张图形，将“体验式服务”视觉化、简易化，让之前大家听到的概念瞬间变成可以实践的日常工作行为。

3、老师示范结合现场辅导

老师根据自己的 20 年的服务及培训经验进行现场示范；学员现场根据自己或者团队面对的服务挑战设计自己的体验式服务行动方案，老师给予辅导。

【课程收益】

- 1、认识当下服务面临的挑战与威胁；
- 2、了解“体验式服务”带来的收益；
- 3、学习“体验式服务”系统理论、模型与方法；
- 4、实践“体验式服务”步骤与工具（依据学员自己或团队面对的服务挑战）

【课程目标】

- 1、通过课程学习，使传统的服务模式从“单向传递”成功转变为“互感模式”，从而实现“体验式服务”，让服务真正的走进客户内心；
- 2、学员可以借助模型、方法论与工具的实践，收益服务的喜悦告别工作中苦恼；
- 3、让服务现场变成服务人的乐园、客户的家园；
- 4、让企业带来销售业绩和服务管理上的全新突破。

【课程适合对象】

企业总裁、培训总监、培训经理；

客服总监、客服经理、资深服务人员等相关专业人士。

【课程大纲】

导入、体验式服务的价值

- 1、理解服务及服务的意义
- 2、当下服务现状、挑战、威胁与对策
- 3、为什么 Apple Retail (苹果零售店) 可以逆势而起
- 4、体验式服务为什么可以突破企业服务的瓶颈

模块一、认识体验式服务 (定义、愿景 & 价值 & 目标与理论模型)

1、与传统服务的三大区别 (以苹果零售店为例)

- 1)、服务主体
- 2)、服务客体
- 3)、二者关系
- 4)、体验式服务的定义

2、体验式服务的愿景、价值与目标

- 1)、通常的服务目标出了什么问题
- 2)、目标和愿景的区别：服务管理中的鸡和蛋
- 3)、如何确立愿景
- 4)、目标从哪里来 - 目标宣告、价值宣告

3、体验式服务理论模型

- 1)、层次理论 (“体验式服务行为层次理论”)
- 2)、体验之箭 (“顾客之旅”和“员工体验”)
- 3)、信任与发展 (“信任三角形”和“发展三角形”)

练习-图 1：《个人目标宣言》

模块二、体验式实施的层次模型 (体验式服务的 6 个层级)

1、如何理解服务行为

- 1) 、传统：各种买和卖的关系
- 2) 、当下：所谓的各类体验店
- 3) 、策略：硬件和软件的配合

2、分解服务行为（以 Apple Store 为例） – 体验式服务的层次理论

- 1) 、环境层
- 2) 、行为层
- 3) 、能力层
- 4) 、价值层
- 5) 、身份层
- 6) 、愿景层

实践：学员设计各自的体验式服务的层次体系

- 1) 、设计、讨论
- 2) 、分享、总结

练习-模型 2：《体验式服务层次体系模型》

模块三、体验式服务之箭 – 员工&顾客（服务的 3 大巨变）

- 1、再度认识服务本质：从“单向传递”转向“互感模式”
 - 1) 、服务伙伴练习：服务伙伴的重要性 – 你希望获得谁的体验？
 - 2) 、服务沟通：如何问问题、4 步法及“信任三角形”
 - 3) 、服务二维下的 4 度空间
 - 4) 、体验式服务的 5 项基本原则 – 体验式服务心态打造

2、建立在3脑系统上的体验：从“外在”转向“体验”

1)、建立亲和

2)、产生愉悦

3)、幸福决策

3、体验式服务之箭（从“单点”转向“立体”）

1)、服务聚焦

2)、创建体验（爬坡）：“APPLE 苹果体验五步法”

3)、关闭欣赏

练习-模型3：《体验式服务之箭》

模块四、体验式服务的团队建设－领导者&员工（从“管理”到“领导”）

1、“发展三角形”模型（APPLE 苹果发展模型）

1)、行为

2)、能力

3)、结果

2、发展始于谈话－发展沟通模型

1)、如何开展一个有效的谈话

2)、基于谈话制定有效的目标

3)、基于目标的能力提升体验

4)、基于谈话目标能力的结果

3、员工体验之箭理论与练习（APPLE 苹果员工沟通体验模型）

1)、定位、许可、探寻

- 2) 、认同、共鸣、保证
- 3) 、反馈的 2 维 4 度空间创造“反馈式的团队文化”
- 4、组建体验式服务的团队
- 1) 、愿景
- 2) 、队名
- 3) 、价值
- 4) 、目标
- 5) 、贯彻

练习-模型 4：《发展三角形》、《发展沟通模型》、《员工体验之箭》、《体验式团队组建模型》

模块五、统合综效 持续改进

- 1、体验式服务理论与实践工具整合
- 1) 、一页图通晓体验式服务系统
- 2、从 7 天到 21 天的整合性练习
- 1) 、体验之箭练习
- 2) 、能力、资源、目标、价值与愿景练习
- 3、优化行动举措
- 1) 、继续：保持哪些较好的习惯
- 2) 、停止：哪些行为不要再发生
- 3) 、开始：开启崭新的体验行为

练习-图 5：《我的个人行动计划》