

# 《服务营销与创新》

## 【课程背景】

金融危机以后，营商环境日趋恶劣。固步自封，不创新的企业在大浪淘沙中面临被淘汰；而那种对客户价值高度关注，对客户需要快速反应的企业却逆流而上。服务营销由原来的简单性服务，上升到由内到外的全方位服务，从原来简单的程序化的服务，上升到个性化强、功能强大的服务营销系统，成为快速锁定客户，创造忠诚客户的有效利器。早人一步融会贯通地掌握这种差异化服务营销策略，必定步步领先！这也是课程为什么深受各行业老板、中高层欢迎的重要原因。

## 【课程收益】

- 1、明白服务营销创新对企业持续发展的价值；
- 2、掌握创新型企业行之有效的服务营销策略；
- 3、学会提升客户满意度和忠诚度的终极秘笈；
- 4、简单易懂，操作性强，学员可以学以致用。

【课程时间】1-2天，6小时/天

【授课对象】企业中、高管

【授课方式】理论、引导技术、案例研讨、互动体验、分享交流

## 【课程大纲】

引子：

服务即营销，营销即服务

帝国集团的长青服务赢在哪里？

第一讲：服务营销的本质

- 1、为什么要研究服务？
- 2、重新思考企业利润到底是怎么来的
- 3、仅仅盯住赚钱的个人和企业往往赚不到钱
- 4、现代服务营销的关键所在

案例：星巴克：提供顾客服务

第二讲：微利时代的服务营销策略

1、现代服务营销的特点

- 个性化强
- 差异多变
- 更高要求
- 更多体验
- 整合营销
- 全员参与

2、4Ps理论在服务营销中的应用

- 设计并创造服务产品
- 服务生花
- 服务产品与客户体验
- 开发新服务

3、服务营销三个要素

- 服务机制
- 服务人员
- 服务实体

五种微笑——五种感受——五种类型企业识别

## 案例：顾客服务关键时刻的流程设计对顾客的影响

### 第三讲：服务营销创新提升客户的满意度

#### 1、服务软件的创新

#### 2、服务硬件的创新

#### 案例：寻找解决方案的四名顾客

#### 3、五大服务营销策略——提升客户忠诚度终极秘笈

策略一：超出客户期望值的差异化服务

策略二：让客户没得选择

策略三：整合营销策略

策略四：客户功能替代

策略五：整体解决方案

#### 演练：根据您的企业现状，创新至少两个服务营销策略

### 第四讲：服务营销的服务竞争优势

#### 1、顾客关系管理与建立顾客忠诚

- 追寻忠诚顾客
- 企业与顾客关系
- 忠诚之轮
- 顾客关系管理

#### 2、顾客抱怨的管理与服务补救

- 顾客抱怨的行为
- 顾客对有效服务补救的反应
- 有效服务补救系统的原则
- 服务保证
- 阻止权利滥用和机会主义消费行为

#### 3、努力成为服务行业领导者

- 服务利润链
- 整合市场营销、运营及人力资源
- 打造领先的服务型组织

#### 案例：全球希尔顿的忠诚度之战