

“服务意识建立与提升”培训方案

【课程背景】

伴随着市场竞争日渐激烈，消费者更加关注消费的体验感和情景感，从单一关注产品质量本身向关注服务倾斜，因此企业员工的服务意识显得尤为关键。服务意识的建立是企业员工做好口碑的先行一步，能够潜意识改变员工的行为，引领员工向职业化方向发展，进而推动企业的发展。

【课程收益】

1、影响学员意识，提升学员服务的主动意识。

从意识形态去改变学员的思维习惯，让学员了解树立服务意识的“根”，让学员自内而外衍生服务的主观意识动作，进而改变学员的日常规范。

2、建立模型，提升学员处理异议的能力。

通过课堂给学员提供与客户沟通模型，按照模型指导建立自己的沟通话术，让学员在获得“渔”，进而适应不同的岗位，在处理客户异议时能够减少客诉率。

3、有助于树立企业品牌形象。

企业对外形象的树立依赖于企业员工的对外形象展现，员工的服务意识的增强能够带来更多的机会。

【课程思路】

道--- 高情商理论的引入，职场人行为规律

术--- 培养高情商方法和提升流程

器--- 提供可行的工具

用--- 现场大量案例剖析

【课程形式】

60%理论+40%案例分析

【课程对象】 企业基层员工、企业中层管理者

【课程时长】 1天（6小时）

【课程大纲】

一、服务意识初体验

- 1、自我服务对象的界定
- 2、潜在客户三层影响
- 3、“六段”服务顾问特点
- 4、差异化服务意识
- 5、服务的内涵

二、为何树立服务意识

- 1、服务意识对企业的影响
- 2、服务意识对个人的影响
- 3、服务营销解析与体验

三、如何建立服务意识

- 1、职业心态
 - (1) 阳光心态
 - (2) 服务心态
 - (3) 感恩心态
 - (4) 主动心态

2、工作能力

- (1) 工作能力的多维度测评

3、专业化程度

- (1) 专业知识的界定
- (2) 专业知识与服务的关系

4、服务行为

- (1) CARE 客户的技巧
- (2) 四类消费人群的特点与策略
- (3) 服务行为三大法则

5、服务沟通

- (1) 学会倾听
- (2) 沟通式表达
- (3) 七种沟通进化技巧
- (4) 学会微笑

6、自豪感

- (1) 自豪感意识建立
- (2) 客户满意度的决定因素