

制胜的法宝—关注客户体验的物业服务

培训大纲

培训老师：袁利红 培训时间：1-2 天

培训背景： 高端物业公司都期待着各岗位员工通过服务客户获得客户较高的满意度、好口碑和好的评价，更期待着客户因着获得卓越服务，能主动宣传自己的物业，最终成为忠实客户。当然，如果物业公司期待客户最终成为忠实客户，期待客户主动宣传自己的物业，作为物业公司，我们要思考：客户在怎样的情绪体验下会对物业的服务做出好的评价呢？物业服务人员在服务客户的过程中如何做能够带给客户好的情绪体验呢？服务、礼仪、情绪体验三者之间是怎样的关系？学习《制胜的法宝—关注客户体验的物业服务》课程，我们就能找到以上问题的答案。

适用对象： 物业公司的中层干部、客服、前台、管家、办公室、工程、保安等服务人员。

培训理念： 本课程在培训过程中突出听、看、做、练等亲身体验的关键环节，通过游戏、人体雕塑、情境与绩效绑定、启发心智模式、绘画、沙盘等教练技术，充分激发学员的学习兴趣和参与度，使之能够轻松自如的将课堂所学知识转身落地到服务客户的过程中，塑造学员的职业化素养，综合提升职场服务效能、软实力和竞争力。

课程收获：

1. 认识物业礼仪、服务和情绪体验三者之间的关系，提升服务意识，外塑形象、内化素养，打造高端物业精品形象，赢得客户好口碑。
2. 通过培训使物业服务人员懂得：关注客户体验才是物业服务制胜的法宝。
3. 通过培训，打造高端物业专业专注、高效完美的服务规范流程和现场管理。
4. 通过情景与绩效绑定，提升高端物业员工的服务效能和绩效。
5. 增强物业员工之间及团队与外部的沟通与理解，提高凝聚力，提高物业员工与业主的沟通能力，使物业管理人员的表达，客户乐于接受，因着客户乐于接受，而积极响应物业、支持物业、配合物业。

课程内容：

一、制胜的法宝——关注客户体验的服务

1. 礼仪、服务、情绪体验三者的关系

2. 满足需求已经落伍，关注体验方能致胜
3. 惊喜体验与客户口碑及客户忠诚度
4. 如何将惊喜服务成为常态？

二、客户体验来自员工形象

(一) 关注客户体验的物业精品职业形象

1. 规范的服装配饰
首轮效应
男士着装要求及搭配
女士着装要求及搭配
2. 适宜的仪容修饰 化妆的重要性
日常工作妆容五部曲
3. 热情的言语交流言
语三美

(二) 关注客户体验的规范仪态

1. 站出谦恭的站姿
2. 最职业的服务表达—手势礼仪
3. 端庄、谦和的坐姿礼仪
4. 从容自信的走姿礼仪
5. 尊重、优雅的蹲姿礼仪
6. 影响客户的微笑礼仪
7. 用目光读懂客户

三、关注客户体验的现场服务接待礼仪规范

1. 走进客户内心的问候礼仪
2. 文雅得体的称呼礼仪
3. 表达真诚的鞠躬礼仪
4. 热诚相待的引导礼仪
5. 静态位次
6. 动态位次
8. 会议礼仪
会务准备、乘车礼仪、电梯乘车、座次安排、茶水服务

四、客户体验来自服务形象与服务流程的和谐

1. 服务形象与前台接待流程
2. 服务形象与管家服务流程

3. 服务形象与客服服务流程
4. 服务形象与办公室服务流程
5. 服务形象与工程人员服务流程
6. 服务形象与安保人员服务流程

五、课程总结六、

培训方法

培训将采取情境-绩效绑定、人体雕塑、沙盘制作、游戏等课堂呈现技术，以训练为主，讲解为辅。