

# 优质物业服务与沟通技巧

## 课程背景：

服务行业不同与其他行业，人的因素在整个服务接待过程中起着关键决定性作用。俗话说：服务行业是一种依附于“人的能力”的行业。当下随着中国经济日益富强，随着“双循环”大政策发展，人们生活水平与需求日益攀升，产品的竞争壁垒已经打破，产品同质化终将被替换。而最终对于高等级物业服务而言，无法模仿、替代、超越的唯独是人，高素质的人能够吸引、经营高端客户，奠定地标影响力。

我们的物业管理者们与一线工作人员素质修养的局限性会直接影带来行业口碑的影响。企业在目前高速发展的阶段需要形成头部效应，对客户创造价值，差异化服务。因此，各级主管人员、所有在岗员工进行素质修养、客户服务提升刻不容缓。

## 课程收益：

- 升级服务能力，用高品质的服务创造口碑，锻造企业品质
- 树立企业品牌及良好的社会效益
- 提升员工服务意识，职业素养，提升预判能力，提高问题解决能力
- 提升员工的职业认知与职业精神，通过现象看本质，掌握服务的核心

## 课程特色：

通过重塑服务结构、优化职业形象，展现肢体语言，掌握沟通技巧、表情管理与物业现场管理等方面，了解并掌握高效的服务标准及要求，有效执行并精准落地。

**课程时间：**1天，6小时/天

**课程对象：**物业管理部全体管理者及员工

**课程人数：**20-40人

**课程方式：**课堂讲解、案例教学分析、游戏互动教学、情景模拟演练、小组讨论分析（30%理论，40%实操，30%案例）

## 课程大纲

## 第一讲：服务礼仪认知之打开新局面

### 一、学员破冰互动

#### 1. 分组

#### 2. 游戏互动：按摩游戏 5 分钟

### 二、重构优质服务新认知

思考：通过游戏体验，你的第一感受与认知是什么？

#### 1. 剖析“服务者”角色

#### 2. 重构服务认知

#### 3. 阐述优质服务核心要义

### 三、物业单位服务的重点

#### 1. 我们是精英团队的体现

##### 1) 融合文化

##### 2) 互补技能

##### 3) 一致目标

##### 4) 为战友服务

#### 2. 做客户的专业“管家”

#### 3. 以提供服务的附加价值的形式

#### 4. 个人价值感与成就感提升

#### 5. 企业文化与软实力的展现

总结分析：工作的愉悦与尊重，其实是我们自己创造的

## 第二讲：动线管理下的优质服务体现

### 一、客户动线的呈现

#### 1. 与我岗位相关的客户动线梳理

制作各岗位客户动线图：客户找我做什么？

思考：在各个流程点上，我能为客户做的服务。

#### 2. 岗位服务的必学礼仪运用

##### 1) 岗位服务中的正确做法&错误做法示例

##### 2) 星巴克的员工真的用手机吗？

- 3) 职业着装规范
- 4) 仪态礼仪——一荣俱荣的素养体现
  - a) 站姿
  - b) 坐姿
  - c) 行姿
  - d) 蹲姿
  - e) 眼神
  - f) 笑容 (技巧以及尺度)
  - g) 递接礼
  - h) 电梯礼
  - i) 迎送礼
  - j) 鞠躬礼/点头礼
  - k) 引领礼
  - l) 握手礼
  - m) 上门礼

#### 动线情境模拟：我与客户见面的“此情此景“

3. 在服务到位的基础上，我们能做的更优质服务
  - 1) 海底捞为什么会赢
  - 2) 小权限，大体验
  - 3) 底线不能踩，共赢可以有
4. 优质服务是多方共赢，不是零和博弈

#### 二、积极响应客户的高效沟通技巧

1. 用心聆听，十目一心
2. 有效反馈，关键沟通
3. 换位思考，FABE 表达
4. 拒绝艺术，反向增值

#### 三、协同立场，战友思维

1. 立场小游戏“站队体验”
2. 我们是客户的“外挂”而非“答应”

3. 帮客户赢得市场口碑，也是我们占领了市场高地

### **第三讲：投诉处理技巧**

#### 一、客诉根源认知

1. 有效投诉与无效投诉
2. 客户为什么要投诉
3. 什么语言或行为容易引起投诉？
4. 投诉认知：预防才是硬道理
5. 重视互联网时代的舆情影响力

#### 二、客户投诉处理三原则

1. 原则一：百分百坦诚与尊重
2. 原则二：先处理心情，再处理事情
3. 原则三：兵贵神速

#### 三、投诉处理六部曲

1. 隔离个案处理
2. 平复客户情绪
3. 用心聆听事实
4. 调整客户期待
5. 提供解决方案
6. 追踪客户意见

情境演练：投诉处理对对碰

### **第四讲：情绪管理——客户体验缔造者**

#### 一、服务呈现之果

1. 赢得续租率
2. 利于好口碑

#### 二、专业的服务精神——让客户拥有四心超值体验

1. 放心——客户对你的信任
2. 舒心——懂得客户所需

3. 安心——毋庸置疑的选择

4. 动心——走心的服务

### 三、客户不快乐的源泉与解决办法

#### 1. 客户不快乐的原因

- 1) 认知的不同
- 2) 角度/角色的不同
- 3) 期待值不同

#### 2. 解决方法

- 1) 协同认知——我比客户更专业
- 2) 换位思考——你的需求和我的原则
- 3) 灵活期待——奥运盈利的启发

### 四、工作负面情绪的调节方法

1. 宣泄法
2. 转移法
3. 心理暗示法
4. 积极语言法
5. 目标关注法
6. 改变认知法

总结：做一朵向阳而生的“向日葵”

## 第五讲：行动学习——服务标准之落地执行

- 一、 确定小组讨论主题：《提升岗位效能的点滴措施》
- 二、 结合学习内容与岗位经验，提出解决方案
- 三、 活动“蜜蜂转地球”
- 四、 总结汇报：我们的行动计划
- 五、 99%+只有我们能做到的 1%=100%