

# 【高端地产项目卓越营销服务文化建设】

## ——营销服务礼仪与实战能力提升

### 一、课程背景

在日益激烈的市场竞争中，“高、大、上”的服务形象塑造发挥了越来越重要的作用，而卓越的、有特色的服务也成了强有力的竞争手段之一。现在的客户除了购买目的，他们还希望获得心理上的高度愉悦与满足，即所谓的“极致”或“理想化”，这些都过热情、及时、细致、周到甚至“总是超出预期”的服务来留住客户尤其是客户的“芳心”，因此，提供卓越营销服务，是当前形势下应该落实的首要任务。客户至上，不应只停留在口头上、标语里，更要在客户心里打上深刻的烙印，把客户创造成我们忠诚的免费“推销者”，这就需要我们必须重视卓越营销服务这一重要课题并将之持续有效地付诸实践。

作为房地产项目的案场营销与服务人员，如今更应该站在国际视野的高度思考：如何将职业素养、客户服务、品位修养融合在一起，如何使我们的“左手服务，右手销售”更加符合公司及品牌形象，如何能够更加精准地匹配高端客户的期望，是我们不断的追求和探索。

“精益求精，实现卓越”，这是案场营销服务人员矢志不渝的奋斗目标。

### 二、课程目标

- 1、真正意识卓越营销服务在新时代行业竞争中的挑战；
- 2、深入了解卓越营销服务应当具备的卓越服务素养；
- 3、重新塑造卓越营销服务的职业化形象；
- 4、掌握卓越营销服务的礼仪应用技巧；
- 5、掌握基于应用心理学为基础的沟通技巧与疑难问题处理；
- 6、建立一支高情商的营销服务团队。

### 三、课程时长

共计 2 天（6 小时/天）

### 四、课程形式

理论讲授+小组研讨+互动训练+情景模拟/案场实地演练+工具测试+案例分析+现场答疑

### 五、课程内容

课程结构	时长（参考）	备注
导入篇：	0.5h	
1、情景式互动破冰		
2、新时代新挑战下地产行业从业者的人才标准		
3、卓越营销服务：从平凡到极致		

4、认知我们的“售楼处”		
<b>第一单元：卓越营销服务的素养管理——内外兼修，重在养“内”</b>	<b>1h</b>	
1、卓越营销服务的前提——自我定位 2、卓越营销服务的关键——服务理念 3、卓越营销服务的基础——服务意识 4、卓越营销服务的源动力——服务心态		国际标准情商测试 敏感度测试 (培训师提供)
<b>第二单元：卓越营销服务的形象管理——刻进客户内心的“美”</b>	<b>1.5小时</b>	
1、卓越营销服务中的“第一印象”管理 2、卓越营销服务中的“个人品牌”管理 3、卓越营销服务中的形象礼仪规范 4、客户心中的形象“灾区”与“雷区”范例		学员按售楼处要求 着装
<b>第三单元：卓越营销服务的行为管理——动与静皆是“风景”</b>	<b>3小时</b>	
1、卓越营销服务一定要有“文化” 2、卓越营销服务一定有“气质” A、表情礼仪训练 B、仪态礼仪训练 C、手势礼仪训练 3、卓越营销服务一定有“尊重” A、场景式服务流程梳理与分岗位模拟演练 ◇ 营销岗流程中的礼仪实战训练 ◇ 服务岗流程中的礼仪实战训练 B、卓越营销服务中的通用行为礼仪训练 ◇ 迎送礼仪 ◇ 问候礼仪 ◇ 介绍礼仪 ◇ 握手礼仪 ◇ 名片礼仪 ◇ 座次礼仪 ◇ 递接礼仪 ◇ 奉茶礼仪 ◇ 电梯礼仪 ◇ 楼梯礼仪 ◇ 乘车礼仪 ◇ 赠送礼仪 ◇ 通讯礼仪		1、现场有一定的空间供训练使用 2、准备实际使用的道具，如名片、茶杯/咖啡杯、纸杯、瓶装水、文件(夹)、宣传册页、鞋套、安全帽、手套等
<b>第四单元：卓越营销服务的沟通技巧——有声与无声的智慧</b>	<b>2小时</b>	

<ol style="list-style-type: none"> <li>1、卓越营销服务中的“沟通”究竟为何物？</li> <li>2、卓越营销服务一定要“投其所好”——不同性格客户的沟通技巧实训</li> <li>3、卓越营销服务一定要“高效+有效”——细节制胜的卓越沟通技巧实训</li> <li>4、卓越营销服务一定要“对症下药”——hold住8大类型客户的沟通技巧实训</li> <li>5、卓越营销服务一定要“解决问题”——解决心理学中的要点</li> </ol>		<p>美国 PDP 性格测试 (由培训师提供)</p>
<p>第五单元：场景式营销服务流程演练+针对性辅导+强化训练</p>	<p>4 小时</p>	

(注：以上所有时间含课间休息，第五单元最好在售楼处实地执行)



居然之家  
Easyhome