

增强服务意识传播品牌价值

课程名称：《增强服务意识传播品牌价值》

课程性质：内训/公开课

听课学员：公司领导、管理干部、班组长、普通员工

(根据级别讲课时侧重点作调整)

教学时长：0.5-1 天

【课程收益】：通过课程的学习，可以增强国网员工的品牌自豪感，增强员工的主人翁意识，增强服务的意识，将服务意识融入具体的工作当中，提高工作积极性，提高整体工作效能。要求员工和管理干部在日常工作当中要有品牌意识，讲好国网故事，提升品牌美誉度。增加员工的凝聚力、向心力，增强工作的主动性。

确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 60% 重点案例 20% 课堂互动 10%

② 整个培训包括案例分析、现场解答、让学员在热烈、投入的状态中，讲授的观点简单实用，容易掌握记忆，学员可以系统地学习相关的理念、原则和方法，可以学完就用，而且用之有效。

教学纲要：

第一部分：服务意识与服务心态

1. 追求目标
2. 积极正面
3. 用户导向

4. 诚实守信
 5. 拥抱结果
 6. 追求多赢
 7. 实现互动交流
 8. 运用互联网技术
 9. 责任担当
- ✓ 使命感
 - ✓ 问题中发现新机会

第二部分:提升用户满意度技巧

1. 真诚微笑，稳重真诚
2. 换位思考，理解同情
3. 个人努力，尽量争取
4. 我听进去，笔记下来
5. 坦诚表白，利益结合
6. 明确期限，给出方案
7. 实事求是，及时处理
8. 客诉登记，专人负责
9. 客户不满意的心理特征
 - ✓ 如何应对情绪激动的客户
 - ✓ 日常事务的处理机制
 - ✓ 客户投诉处理标准化
 - ✓ 持续改善

三、优质服务提高用户满意度

1. 提升服务质量
2. 用户满意度概述
3. 影响用户满意度的因素

4. 顾客超预期体验
5. 提升用户满意度的策略

四，优质服务禁忌

1. 实事求是，切勿夸大其词
2. 服务人员禁忌
3. 远离批评性语言
4. 注意礼貌用语，远离粗俗不雅
5. 专业术语不可取
6. 戒“直白独白”
7. 冷淡生硬，吓跑顾客

五，优质服务语言技巧

1. 服务营销要走“心”
2. 微笑的声音
3. 营销语言的加减乘除
4. 巧借他人之口
5. 言必中心，把话说到心坎上
6. 幽默风趣
7. 把握时机，进退自如

第三部分：服务融入品牌

1. 全体员工的品牌意识
2. 品牌的日常传播
3. 品牌意识与服务意识
4. 口碑传播品牌入心
5. 建立品牌化的服务标准

6.案例：海尔维修人员的要求

7.案例：日本搬家公司的故事

第四部分：讲好国家电网的品牌故事

一、国网的品牌价值与品牌地位

1. 国家电网企业介绍

2. 国网的品牌内涵

3. 国家电网品牌价值连续多年蝉联第一

4. 国网历年世界 500 强的品牌价值排名

5. 2020 中国 500 最具价值的品牌排行榜，国家电网居首。

二、国网人在国家建设中的地位

1. 国网人和国家休戚与共与人民心连心

2. 国家电网与世界发达电网的比较

3. 中国实现“西电东输、北电南输”

4. 国网人在脱贫攻坚中的贡献

5. 国网在抗疫中的作用

6. 国网人在国家重点工程的表现

7. 美国发生了六次大规模断电中国一次都没有发生过，

8. 中国发电量是九连贯，而且远超第二名美国。

三、科技革命国网人永立科技创新潮头

1. 特高压输电

2. 柔性直流输电

3. 国家电网主导了世界 54 项全部特高压的标准

4. 科技创新特高压换流阀为例突破世界垄断，

5. 张北柔性直流电网工程，创造 12 项世界第一

6. 国网近五年专利发明数
7. 国网近五年实用型专利数发明数
8. 国网有 7 个两院院士；145 人享受国务院政府津贴；
9. 第 45 届国际质量管理小组大会召开，国网拿了 25 个铂金奖，

四、碳达峰、碳中和国网人的事迹

1. 案例：电力：新基建：北京大兴机场
2. 案例：电力：新能源：合肥七站合一
3. 案例：电力，互联网+智慧能源示范项目”
4. 案例：电力，江苏能源云网大数据服务社会
5. 案例：电力，红星美凯龙北京市北五环店的光伏改造
6. 案例；电力，上海营业厅的新业务开展