

《满意的现代企业服务技术》（两天）

第一章：由墨菲定律引发的对服务业的联想

第二章：为什么中国的服务业水平总是上不去

- 一、第三产业不发达
- 二、服务业的专业训练水平低
- 三、传统文化对“伺候人”的鄙视
- 四、服务理念落伍
- 五、缺乏服务创新精神

第三章：顾客对服务感觉良好的六大要素

- 一、环境要素
- 二、速度要素
- 三、态度要素
- 四、流程要素
- 五、心理预期
- 六、专业要素

第四章：顾客的划分

- 一、经济型顾客
- 二、道德型顾客
- 三、个性化顾客
- 四、方便性顾客

第五章：服务的特征

- 一、服务的生产与消费同时发生
- 二、随时间消失的能力
- 三、无形性
- 四、异质性

第六章：服务的三大误区

- 一、以为豪华装修、硬件到位就是服务的内容
- 二、以为微笑、热情就是服务质量的表现
- 三、以为顾客服务可以毫无限制

第七章：优雅的语言训练

- 一、初级文明礼貌语言
- 二、中级文明礼貌语言
- 三、高级文明礼貌语言

第八章：电话服务忌讳

- 一、电话咨询服务（最好是人性化服务代替电脑）
- 二、我不知道
- 三、他不在
- 四、这事不归我管

第九章：与客户交流时最好的座位坐法

- 一、恐怖位置
- 二、理性位置
- 三、感性位置



第十章：冲突管理

第一原则：人数、职位对应

第二原则：让客户先发泄怨气

第三原则：解释、同情、并表示继续努力

第十一章：提高服务水平的措施

一、制定标准作业程序

二、修改并检验流程

三、加大训练力度

四、对标准作业程序进行考核反馈

五、服务人员的选择与招聘

第十二章：无条件服务保证

一、无条件

二、容易理解和沟通

三、有意义

四、容易实行

五、容易兑现

第十三章：服务补救

一、从统计数据看服务补救的重要性

二、服务补救的方法

第十四章：排队管理

一、一只脚踏进门槛

二、队伍末端的灯

三、对不起，我是下一个

四、提供消磨等候时间的媒体

五、漂亮的穿衣镜

六、电视的巨大作用

第十五章：服务管理中领导产生的误区

一、把“人性化”管理误解成为“人情化”

二、领导总喜欢标榜“企业就是员工的家”

三、遇事不敢认真管——纵容态度不好的人

四、做事先做人——管理成了比赛谁受欢迎

五、以“开明、人本”为借口牺牲规章制度

第十六章：实现零缺陷的服务质量改进计划

一、菲利普·克劳斯零缺陷的服务质量改进计划

二、戴明的 14 点计划