

地铁服务礼仪

课程背景：

在市场竞争日趋激烈的今天，技术、产品、营销策略等很容易被竞争对手模仿，服务营销是产生差异化的主要手段。而服务策略、服务形式也是很容易被模仿的，只有服务中人的因素——代表公司形象和服务意识的服务人员所表现出来的思想、行为和意识才是不可模仿的。

21世纪服务行业将进入一个发展、完善和成熟的重要阶段，也将会出现一个靠品牌竞争、靠管理竞争、靠服务理念竞争的时期，这一时期无论对哪个行业从服务理念到服务方式都提出了更高的标准和要求，对于地铁服务人员也不例外，这一切都要通过优质的服务体现出来。要让顾客把这种感受记在心里，带回家里，陪伴左右。这就有赖于每天工作在一线的地​​铁服务人员，你们的一言一行就是最有效的品牌广告，比任何媒体、任何时段广告效用都大。因此迅速提高服务人员的服务意识和礼仪水平是关系到企业生存发展的不可忽视的因素。

课程收益：

- 1、认知地铁服务的重要性，了解地铁服务人员应具备的素质，提升学员的客户服务理念和技巧。
- 2、塑造地铁服务人员专业的职业形象。
- 3、掌握地铁服务中与客户交往的服务礼仪规范及标准。
- 4、掌握客户投诉处理的礼仪和方案，提供客户满意度，进而提升企业形象和竞争力。

课程特色：

- 1、系统性的服务意识与礼仪课程内容，由内而外从观念转变到职场践行。
- 2、丰富且实效的授课方式。互动、体验、角色扮演、实例操作，让学员在练中学，学中练，避免“学而不用，听了就忘”。
- 3、大量最鲜活的服务意识与礼仪实战教学案例，提高服务意识和服务水平，塑造个人和企业的专业服务形象。

课程时间：2天，6小时/天

授课对象：从事地铁服务工作的一线员工及主管人员

课程大纲：

第一部分：礼仪的内涵

- 1、什么是礼仪
- 2、为什么要学习礼仪
- 3、礼仪的本质

第二部分：地铁服务人员的形象塑造

1、仪容修饰

- 1) 女士妆容步骤及要求
- 2) 男士修面要点
- 3) 服务人员发型要求
- 4) 个人卫生禁忌

2、着装礼仪

- 1) 制服的穿着原则
- 2) 如何佩戴臂章
- 3) 如何佩戴帽子

- 4) TPOR 着装原则

3、优雅的仪态礼仪

- 1) 表情语

微笑训练

目光有礼仪—目光凝视区域：公务、社交、亲密

- 2) 举止优雅训练

标准站姿

标准坐姿

行姿训练

蹲姿训练

手势训练

不良举止禁忌

- 3) 引领礼仪

走廊上

楼梯上

电梯里

第三部分：特殊乘客服务礼仪

- 1、醉酒乘客
- 2、老幼乘客
- 3、情绪暴躁乘客

第四部分：地铁服务人员的优质客户服务

- 1、什么是优质的客户服务？
- 2、客户服务的层次与特征--超越客户期望（五层级）

第五部分：地铁服务人员语言礼仪

- 1、表情语言与训练
- 2、肢体语言
- 3、讲话内容

第六部分：地铁人员服务用语要求

1、不文明服务用语

2、文明服务用语

称呼语

欢迎语

问候语

征询语

问询语

应答语

道歉语

感谢语

结束语
告别语
基本礼貌用语 10 字

3、对待特殊乘客的语言技巧

醉酒乘客—
发生乘客纠纷时—

4、语言服务场景模拟练习

5、电话沟通礼仪

- 1) 接听电话技巧
- 2) 打电话的正确方式：5W1H
- 3) 开场和结束语
- 4) 称呼
- 5) 打电话的内容

情景模拟：《服务人员拨打电话》

第七部分：地铁服务中的沟通技巧

1、积极倾听

测试：《互动练习》

- 1) 干扰倾听的四大因素：情感过滤、迫不及待等
- 2) 倾听的 5 个层级：从心不在焉到用同理心听

2、同理心

3、赞美法

练习：《相互赞美》

第八部分：有效处理客户投诉的技巧

1、站在客户的角度

情景正反演练

2、处理客户投诉黄金法则

先处理心情、再处理事情

3、投诉处理六步法

- 1) 倾听：发挥同理心积极倾听
- 2) 安抚：安抚客户情绪，感谢和道歉
- 3) 搜集：技巧性提问，搜集相关信息
- 4) 解决：提出解决方案，征求客户意见
- 5) 跟踪：过程跟踪，做事后的满意度调查
- 6) 检讨：检讨作业流程，避免重蹈覆辙

情景演练