

《标准化行为模式》

-----李培英

【培训背景】

企业的核心竞争力就是品牌的竞争，品牌的竞争源于服务的竞争，服务的竞争归根结底是员工形象与行为的竞争。员工的形象与行为是客户最直接最真实的感受，直接决定着客户对产品的满意度和企业整体形象的认识。员工是一个企业品牌与客户的链接和纽带，客户才是真正的品牌代言人和品牌推广者，甚至是产品的销售者，那么由此可见员工的形象与行为是否能够代表企业品牌诉求，是否能够更好的树立企业形象，是否能够被顾客接受和认可，直接影响着企业的生存与发展。同一个企业要有同一个形象，同一个企业要有同一个声音，用一个企业要有同一个行为模式。换言之，那就是员工的形象与行为必须标准化，只有标准化的行为，才能保证服务的质量，提高客户满意度，提升成交率，促进企业的良性循环。

以下是对此[培训课程](#)内容，培训方式，培训成效的简单概括：

在较短的时间内将学员应掌握的理论知识和技巧要义科学地组合为一个整体，使受训者能够十分全面、系统地掌握知识、提升技巧；

采用讲师讲授、案例研讨、角色扮演、音像视频、情境模拟等多样化的方式实施，特别强化演练式培训，根据受训企业和学员的工作实际，调整、编写具有针对性的案例；

培训着重强化“知”、“行”合一，注重培训效果的评估，以促进学员将所学知识、技巧和方法在实际工作中的转化与应用，更加突出培训的效果。

【课程收益】

- 1.通过标准化职业形象的培训，塑造员工职业新形象，提高员工职业形象意识。
- 2.通过标准化行为的训练，知晓姿态行为动作要领，提升个人形象。
- 3.通过培训使员工提升服务意识，掌握优质服务的技巧和重要的商务[沟通技能](#)，提升工作效率。
- 4.通过培训为企业树立更优质的形象，为[企业](#)的发展带来更全面的收益。

【培训对象】企业中高层管理者、商务接待人员、前台、办公室主任、办公室行政人员、负责接待服务的相关人员。

【培训时间】 2天 （6小时/天）

【课程大纲】

第一部分：标准化职业形象塑造与标准化行为训练的重要性

- 您的工作行为对企业意味着什么？

- ◆ 案例：
- ◆ 讨论：应具什么样的职业意识与标准化职业形象。
- 标准化行为的含义、作用、基本要素
- 标准化行为对工作产生的影响
 - ◆ 您就是企业的“金字招牌”
 - ◆ 您的个人标准化职业形象构筑企业公众形象的基石
- 标准化行为模式的应用规则：
 - ◆ 角色定位(岗位职责分析与定位)、双向沟通（立体化角色定位）、首轮效应、亲和效应
 - ◆ 讨论：结合你目前的状况，你认为自身存在哪些问题？

第二部分：标准化职业形象的塑造

- “像”比“是”更重要
 - 现场演练：发型 面部 肢部 体味
- 点燃自己照亮别人：
 - 化妆的标准化与化妆的三个层次
 - 女职员化妆要求与禁忌
 - 现场点评：学员工作妆与生活妆比较与不足。
- 衣装标准化的经济效益：
 - 案例：着装规范、着装要求、着装原则、着装禁忌
 - 小组讨论：存在的问题
- 管理了形象就管理了别人对您的态度：

第三部分：标准化的行为训练

- 您的行为举止准则有哪些？
 - ◆ 举例：
- 标准化的行为有哪些要求？
 - ◆ 互动：点评学员在日常工作的行为。
- 男女优雅姿态图解
- 手上语言
 - ◆ 现场演练：点评。
- 工作中的表情运用准则。
 - ◆ 举例：员工与客户沟通的案例，情景演练。
- 现场演练：站姿、走姿、坐姿、蹲姿。
- 标准服务手势、表情训练。

第四部分：标准化的服务语言训练

- 如何运用声音提高工作规范？
 - ◆ 现场演练：点评学员声音规范。
- 常用礼貌用语：
- 工作岗位上礼貌用语有哪些，特点是什么？

- ◆ 工作礼貌用语的三大特点。
- 与客户沟通中应注意哪些细节？
 - ◆ 案例：
 - 现场训练：情景训练礼貌用语

第五部分：标准化的接待行为训练

- 如何让您做好现场接待。
 - ◆ 现场模拟：
 - ◆ 工作人员接待 VIP 客户。
- 如何提升工作人员接待行为的标准化。

握手的[标准化](#)、称呼的[标准化](#)、介绍的[标准化](#)、名片的[标准化](#)

 - ◆ 现场实景模拟训练
- 如何提升工作人员的电话沟通能力。
 - ◆ 交谈内容要清晰的表达接听电话的[标准化](#)打电话的[标准化](#)、传电话的[标准化](#)
 - ◆ 现场情景模拟：电话[沟通标准化](#)训练。

第六部分：标准化的沟通思维与技能训练

- 如何提升您的沟通技能。
 - 人际关系作为资源带来的价值
 - ◆ 举例
- 认识人性是基础——性格分析与心理动向把脉
 - DISC 性格测试与分析
 - 四种性格在沟通中的应用举例
 - ◆ 现场情景对话演练分析
 - 工具：面向心理学、用眼看人用心画像。
 - ◆
- 营造氛围是手段

视频：《1 分钟经理人》
- “懂你”最关键
 - 尊重顾客的忧

互动：讲出您的故事
 - 接近顾客的心——“同理心”技巧
 - ◆ 如何“倾听”

怎么听——您的职责、您的权限、您的工作流程

小组讨论：

听什么——客户的急、客户的需、客户的忧、客户的伤

角色扮演：

如何应——重要紧急原则、权限原则、适度延缓原则

思考分析：

◆ 如何“提问”

问什么——核心问题

怎么问——开放&封闭

情景模拟：

导与问——过程与结果

思考：引导式提问产生的效益

◆ 如何“赞美”

您是我未来最好的自己——善于发现美，肯定善

爱您我要秀出来——肯定事实，提炼赞美点

我们还可以更好——客观的视角，提出期望与改善点

工作的本质：就是给予客户权利和机会，实现自己存在的价值感