

《服赢未来——服务意识与服务沟通实战》

【课程背景】

未来的商业，是服务业的未来。终端为王的时代，服务现场是企业面向客户的前沿阵地，其重要性并不因互联网或 AI 的发展而减弱，相反顾客对其服务和营销的舒适性和体验感提出了更高的要求。作为一名服务人员服务管理人员、营销人员，在服务实践中是否曾经为以下问题困扰过：

1. 客户究竟要什么，服务究竟是在做什么？
2. 我们的工作对于企业整体发展究竟起着怎样的作用？
3. 为什么客户总是针对我们呢？
4. 我究竟该站在企业的立场上还是客户的立场上呢？
5. 为什么我每天要面对这么多抱怨？

服务意识是愿不愿意做好的态度问题，服务技能是能不能做好的能力问题，而服务技能里 70%都来自于沟通的能力；在我们现代企业里如何有效深化植入内心的服务意识，如何落到实处地提升围绕服务业务流程所需的沟通能力，成为本课程设计的主要核心内容。本课程旨在提升员工对服务工作的认知与重视，并掌握为客户提供优质服务的能力，实现客户高满意度的沟通效能和服务水平，实现卓越服务的文化以及工作人员自我管理的价值与成就感，从而塑造客户良好的体验，利于塑造企业品牌。

【课程收益】

- 深刻理解优质服务的重要性；
- 通过职业化塑造，能够提升个人与团队的职业化水平；
- 认清客户满意的标准，把握优质服务的方向；
- 通过掌握客户期望及创造客户忠诚等方法，找到让客户满意的切入点；
- 掌握沟通的基本内涵和人的心理特点，掌握高效沟通的步骤和技巧。

【课程风格】

源于实战：课程内容来源企业实践经验，课程注重实战、实用、实效；

幽默风趣：课程氛围非常好，擅长用互动、故事、案例点燃培训现场；

逻辑性强：系统架构强，课程的逻辑性能够紧紧抓住每个听众的思维；

价值度高：课程内容经过市场实战打磨，讲解的工具均能够有效运用；

方法论新：建构主义+实操练习+视频案例+组织实际案例演练+风趣幽默。

【课程时间】

2-3天，6小时/天

【课程对象】

服务人员/管理者、服务营销人员/管理者

【课程方式】

讲师讲授+案例分析+小组讨论+学员分享+现场演练+强化训练

【课程大纲】

课程简述：通过对服务意识、服务沟通的深度剖析和现场练习，开启思维，提升沟通能力。

导入：

1. 团队建设
2. 课前 Structure 准备

**讲：服务意识决定服务行为

一、心态决定意识

案例：一张回家的机票

讨论：引起客户不满的普遍原因是什么？

1. 服务业的发展趋势
2. 客户服务发展历程
3. 成功的服务型企业

视频：《雄鹰的重生》

案例：400 至 40000

二、建构客户满意新知

1. 对服务的认识——SERVICE

互动：你对服务的理解是什么？

2. 客户满意与否的影响
3. 客户满意的内涵

案例：银行、电力、航空

4. 客户期望值的管理

1) 客户期望和什么有关

2) 客户期望值的前置管理

案例：你不管理客户，就被客户管理

三、职业化修炼的“1 和 3”

1. 梳理自己的角色认知，清晰职业发展

活动：复盘四问

案例：川航机长

2. 职业化的内涵

1) 一个中心：以客户为中心

2) 三个基本点：高标准、团队协作、对自己的职业生涯负责

3) 高效能人士：以终为始

团队共创：工作中的职业化行为

四、做好服务是渡人渡己

1. 快乐工作，幸福生活

2. 反危害：黄帝内经的身心危害

视频：心的迷失-医学博士的震撼演讲

第二讲：服务行为决定服务质量

一、服务质量模型与标准

1. 服务质量差距模型

1) 不了解客户的期望

2) 没有设计好合适的服务及其衡量标准

- 3) 没有按照确定的标准提供服务
- 4) 沟通不畅使客户产生误解或者投诉
- 5) 客户认为所提供的服务低于其期望值

2. 客户对服务的需求

- 1) 可以忍受的
- 2) 可以接受的
- 3) 一般的
- 4) 应该的
- 5) 理想的

3. 客户定义的服务标准

推演：倒推服务质量差距模型

讨论：运用 SPAR 案例进行分析讨论

二、公司的标准化要求标准

1. 公司服务及管理岗位行为手册标准
2. 公司服务及管理岗位规范
3. 公司的核心基本点

备注：根据不同企业的要求

三、服务质量问题 70%来自沟通行为

1. 沟通的目的——沟通*先是一种态度
2. 两个 70%
 - 1) 70%：服务工作中 70%的问题都是沟通造成的
 - 2) 70%：服务过程中 70%的时间都花在沟通上

3. 提问对于服务沟通的价值

提问活动：一只鸟被打后

四、以人为本的服务沟通原则

1. 尊重

2. 感同身受的同理

3. 成人之美

案例：靠谱与闭环

视频：同理和同情

第三讲：服务沟通决定 70% 服务行为

一、业务流程中的服务沟通技能

1. 理解需求

1) 客户的需求包括业务需求和心理需求

a 客户的满意度：理性与感性

2) 沟通逻辑 PIE

a P：感知

b I：辨识

c E：表达

3) 理解需求的四部曲：望闻问切

a 察言察色——望的技术

b 听话听音——闻的技术

c 问一得三——问的技术

d 回应方案——一切的技术

4) 人的高层次满足是感性满足

案例分析：那些被我们忽略的情感需求

2. 提出建议

1) 直接建议

2) 折中建议

3) 巧妙的拒绝

案例：客户场景

3. 业务办理

1) 专业精深——快速准确的业务操作

2) 有形原则——规范的手势、舒服的动作

3) 有声原则——请、谢谢、对不起

4) 尊重原则——客户有知道过程的权利

5) 寒暄技巧——融洽与顾客的关系

6) 肯定原则——对任何积*行为给予赞美

演练：赞美春天模式

讨论：运用 SPAR 案例进行分析讨论

第四讲：服务闭环决定客户体验

一、客户体验的标准

1. 客户满意的标准

2. 客户惊喜的标准

3. 客户体验即“满意+惊喜”

案例：三只松鼠的客户体验

二、PDCA 在服务管理的应用

案例：靠谱和闭环

1. 走进 PDCA

2. PDCA 的内涵

1) P—Plan 订立目标

2) D—Do 开始行动

3) C—Check 过程检控

4) Action 加以改善

引导研讨：实际工作中的 PDCA 流程梳理

三、实际场景中的客户体验

1. 理清客户体验闭环

2. 找出实际场景中客户体验关键点

3. 优化客户体验关键点

练习：根据自己行业和公司特点，画出客户体验闭环图

输出：找出优化客户体验关键点和解决方法 1.0

第五讲：知道做到——回顾与持续改善篇

1. 职业化修炼

2. 客户为中心的服务

3. 影响学习转化的因素

4. 课程复盘-将场景案例，可视化提炼

工具：KOLB 学习圈的复盘逻辑（目标、结果、分析、总结）