

《服务营销道与术》系列课程

《服务致胜》课程大纲

国家版权课程：国作登字-2022-A-10193950

著作权人：陈泾锋

【课程背景】

为什么现在的服务型企业盈利越来越难了？

为什么现在的大型生产企业都说自己是服务平台？

进入变革时代，企业如果只是依赖技术依赖产品，企业面临的挑战将越来越大；相比十年二十年前，服务被企业提升到了前所未有的高度，服务将成为企业独特而持久的竞争优势！

如何有效激发引导员工积极开展服务和营销？如何高效整合企业资源？对于服务和营销，许多企业依靠的是传统的思维模式和服务方法以及员工零散的经验和本能的直觉，没有掌握科学的服务营销方法和技能，更没有进行系统化地学习思考和探索尝试，本课程将为大家带来一系列简单易学的工具和原理，以解决服务营销中的一些具体问题。

【授课对象】

生产制造企业管理者

服务型企业管理者

【课程时长】

3--6 小时

【课程特点】

采用深入启发式教学，把工作中种种问题通过课堂反应投射出来，学员通过选择、决策、行动、结果引发思索，引导学员进入更深层次的体验和讨论之中，再由团队找出相应的解决方法。通过深入体验来学习知识、掌握技能、改变态度，从而自觉引导学员自身行为的改变。

【课程目标】

通过课程的学习，您将达到以下目标：

叙述服务、服务业的定义；

熟知服务营销组合的七要素；

选择了解客户购买决策的三个阶段；

列出两条主要的服务营销渠道；

设计制订服务流程；

依据影响客户满意度的四个因素做出标准服务行为；

依据服务业三种定价方法和九种定价技巧灵活定价。

【内容大纲】

《服务致胜》课程大纲

课程结构	时长	主要授课手法	其他
第一单元：服务与服务业			
1、服务与服务业 * 服务理念与服务产品 * 服务的特征 * 服务的分类 * 服务的市场	30 分 钟	讲解、提问	
第二单元：服务质量及顾客管理			
2、服务营销组合 * 服务营销组合的七要素 * 服务营销组合的特殊性	20 分 钟	讲解、提问 讨论	
3、服务消费者行为 * 购买心理影响服务消费 * 服务购买决策三个阶段 * 服务消费需求变化	30 分 钟	讲解、提问 案例说明	
4、畅通的服务营销渠道 * 服务渠道的基本问题 * 两条主要服务营销渠道 * 服务渠道的创新与销售管理 * 服务位置的选址	30 分 钟	讲解、提问 案例讨论	

第三单元：提高顾客满意度			
5、服务流程 * 服务作业程序和系统 * 服务流程的管理与控制 * 设计制订服务流程	30 分 钟	讲解、提问 练习绘制	
6、服务促销 * 服务促销的目标 * 服务促销给方法 * 提高服务有形程度	30 分 钟	讲解、提问	
7、提高顾客满意度 * 什么是顾客满意度 * 影响顾客满意度的四个因素	20 分 钟	讲解、提问	
第四单元：服务定价			
8、根据什么进行服务定价 * 影响服务定价的三大因素 * 影响服务定价的服务业特征	20 分 钟	讲解、提问 案例讲解	
8、服务定价的方法和技巧 * 服务定价的特点 * 服务定价与营销战略 * 服务业三种定价方法 * 服务业九种定价技巧	30 分 钟	讲解、提问 练习制订	