

# 《服务意识提升服务品质》

## 课程背景：

除了优良的产品，良好的服务品质已经成为企业的一种核心竞争力，一个企业，服务品质必须作为基本素质要求加以重视，必须树立起全体企业人的服务意识。一个重视服务，不断改善服务品质，提供服务质量的企业必然会受到客户的更加认可，满意度的提升从而使客户成为忠诚客户，直至成为永久客户。良好的企业形象也会提升公司的口碑与影响力，自然使企业有了更大的市场利润。

## 课程大纲：

### 一、提高服务质量的基本理念：

#### 1、了解服务：

- 服务的内涵
- 服务的特性
- 服务的价值

#### 2、服务的对象：

- 服务自己
- 服务同事
- 服务亲朋
- 服务客户

#### 3、满意服务的原则：

#### 4、评估服务现状：

- 评估现有服务水平
- 找出差距，区分服务好和坏

## 二、提高服务质量的影响：

- 服务细节体现个人素养，体现企业形象
- “千里之堤，溃于蚁穴”——细节决定成败

## 三、提升服务客体的外在形象：

### 1、形象的重要性：

- 形象是一个人的全面素质，一个秀外慧中的动态印象。
- 成功的形象塑造决定成功的人生道路。
- 老总是品牌，职员是广告牌。

### 2、形象的外在表现

- 55% 外表——体态、体貌、动作、姿势、体现人的精神状态；
- 38% 声音——语调、语速、语气、音质、音色、音量中都体现人的自信和气质；
- 7% 内容——说的什么？反映我们每个人业务或事件的表达能力；

### 3、提升服务客体内在素养：

- 让别人喜欢的原则：不炫耀、尊重、保密、应该

## 四、服务心态调整

1.服务心态：积极；主动；空杯；双赢；包容；自信；行动；给予；学习；

2.服务用心：气质源于内心；服务回报真心；品质保证爱心；换位服务感恩之心

心态流程与环境

职业心态五阶段

决定成败的心态

职业心态五阶段

情景与心态关系

企业文化和同化

3.价值心态

价值观与三层级

心态的目标导向

目标划分与价值

价值观的四步骤

价值心态的评估

目标确立和实行

4.消极心态

期望值和落差

阻止才华原因

平凡但不平庸

极限理论应用

五、对待服务难点：

1、客户需求分析：

● 基本需求分析

● 人性需求分析

● 客户类型分析

2、处理顾客投诉：

● 分析顾客投诉

- 处理不同的顾客投诉

学会让那些难伺候的顾客站到你这边来

- 把生气的顾客变成忠实一族

六、 优质服务的诀窍：

- 积极的服务态度和服务礼仪
- 有效倾听与沟通的技巧
- 微笑
- 记住顾客名字
- 利用机会回报客户
- 从错误中学习一些思路和建议

七、 服务标准

- 服务标准的升华
- 服务标准由乘客决定
- 了解并超越乘客的期望
- 学会打破客户交往的平衡，不断超出乘客的期望值；
- 只有超越客户期望的服务才造就忠诚的客户；
- 如何了解客户的期望值
- 毕业呈现 我有自身服务特点

讲授、案例、讨论、商业游戏、能力测试等。