

# 《金三角酒店终极服务品质管理模式》

<b>【培训课时】</b>	<b>2天/12课时</b>	(可1天,内容以企业需求调整)	<b>【培训师】</b>	孙红伟
<b>【培训对象】</b>	<b>酒店一线部门、厨务部门管理人员</b>			
<b>【培训特点】</b>	融顾问式、教练式于一体；“讲授+方法+工具+实务”结合： 案例剖析+角色扮演+情景模拟+小组PK+答疑分享+音乐视频+故事游戏+室内拓展			
<b>【五“非”优势】</b>	系统专业：十多年酒店经营管理经验总结与积累，非行业外“空降兵”。 品质高端：多年总裁班培训经验，课程内容前沿高端，非普通培训层次。 深层互动：课堂氛围激情生动，互动紧绕课程主题内容，非哗众取宠。 易懂易用：案例剖析，讲解深入浅出，方法简单实用，非业外案例方法，好听不实用。 效果承诺：实际问题为导向，结合现场训练，配赠课程送转化资料，非一次性服务。			
<b>【课程背景】：</b> <p>酒店服务是主要产品，服务品质的好坏将直接影响客人的消费态度、消费水平及消费利益。一家酒店要获得成功，就必须不断提高服务质量，以质量求生存，以质量求信誉，以质量赢得客人。对服务品质的管理是酒店在激烈竞争中取得相对优势的直接重要途径，是酒店生存与发展的基础！因此，加强酒店服务品质的科学管理，提高服务质量是酒店管理永恒的主题。</p> <p>终极服务品质管理是以全员参与为基础，通过对涉及产品质量的对象、过程、人员的全面管理和全面应用各种管理方法，达到让顾客非常满意和本企业保证成功的管理活动。</p> <p>终极服务品质管理模式最高境界：1、酒店团队一定以服务质量为中心的；2、所有部门和人员都参与服务管理中的；3、全员教育服务培训贯穿于服务管理中的；4、酒店最高层强有力而持续的领导并参与的；5、谋求长期经济效益和社会效益的。</p> <p>《终极服务品质管理模式》以“顾客终极体验”为导向，从企业实际出发，传授抓管理思想、质量目标、管理体系和管理技术四大要领，此管理模式核心在于以科学管理体系让服务水平发挥得以最大化，方法简单实用，易于复制，是酒店管理学习与实践掌握服务品质管理方法知识，提高服务管理水平的首选课程。</p>				
<b>【课程收益】：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ 观念更新：认知顾客服务感知的理念；</li> <li>✦ 掌握服务团队沟通、辅导、训练与激励技巧；</li> <li>✦ 掌握如何让服务增值，赢得忠诚顾客的实用管理模式</li> <li>✦ 掌握酒店顾客服务体验关怀设计的实用技巧</li> <li>✦ 掌握有效做好顾客满意度测评与顾客管理的实用方法</li> <li>✦ 掌握建立服务品质管理体系，进行服务品质管控运用的方法</li> <li>✦ 掌握服务考核与激励员工服务激情的实用方法</li> </ul>				

## 【课程大纲】：

### 前奏 服务品质管理“金三角”与“金管道”

- 一、服务品质管理“金三角”之“道”
  - 二、服务品质管理“金管道”价值链
  - 三、服务品质管理“三字经”
- 简约、创新、极致

### 第一章 酒店终极服务的品质基因培育

- 一、终极服务意识的全员建立
  - 二、终极服务的品质体验层次
- 感动、点赞；哇欧、惊喜
- 三、终极体验服务文化建设
- 1.真诚、热情、有情；征服原始脑、爱
  - 2.师带徒，一专多能，权利，PK
  - 3.快乐协作，信仰荣耀，期望
- 四、终极服务品质支持保障系统建设
  - 五、终极服务价值链的建设

### 第二章 酒店终极体验服务模式建设

- 一、掌握互联网时代顾客消费特征与需求
  - 二、顾客终极体验的个性化与超常化服务设计
- (一) 不同人群、类型、时日、流程的服务设计
  - (二) 个性化与超常化服务的设计运用要诀
- 1.亮点导入：关键人；关键时刻；取悦攻略；独特体验
  - 2.设计运用：放在心中，情感交流，体验关怀
  - 3.移动互联网时代终极体验服务的目标建设
- (三) 如何从标准化向个性化、个性化向超常化升级
- 三、顾客沟通价值延伸机制的建设
- (一) 5类对客服务沟通话术设计
- 日常用语；功能布局；产品塑造；异议处理；服务沟通
- (二) 瞬间提升顾客感知的6大要诀
- 四、给予顾客便利好处机制的建设
- (一) 善待“特殊顾客”，成为日常朋友
- 1.5大赠送与5大邀请设计
  - 2.常规服务五勤/五快、熟练/准确
  - 3.个性化的接待前精心准备设计
  - 4.人性化的温馨洗手间与儿童区设计
- (二) 获得顾客更加依赖的方法—降低顾客成本

如何节约顾客的时间成本、货币成本、心理成本

## 五、客诉处理标准体系的建设

1. 顾客投诉的9大类型
2. 顾客投诉处理的标准原则与方法
3. 顾客投诉处理的标准规定体系运用

## 第三章 酒店终极服务团队建设

- 一、团队管家式服务水准的意识心态培养
  - 二、团队专家式服务水准的知识技能培养
    - (一) 培养团队专家式水准必备的4类专业知识
    - (二) 培养团队的高超服务技能
  1. 如何快速掌握看、听、问、想、说、做六大综合服务技巧
  2. 如何以专家水平激发顾客欲望：卖的不是产品，是顾客体验
  - 三、服务行为规范的训练与日常服务检查方法
  - 四、服务岗位与人员优化配置方法技巧
    - (一) 如何根据不同岗位配置相应服务人员
    - (二) 如何进行现场服务搭配与协调
    - (三) 如何根据服务需求动态排班
  - 五、快速打造服务精英的6大秘诀
- 如何从理念、语言、行为方面快速打造

## 第四章 酒店终极服务品质管控

- 一、服务现场环境设施管理
  1. 提升硬件价值-营业现场陈列布置改善创新
  2. 接待前的服务准备与检查方法
- 二、服务流程管理
  - (一) 如何在流程中导入终极体验服务
  - (二) 终极体验服务品控的5大技巧
  - (三) 如何解决流程却结果不好
  - (四) 情感打动顾客的秘密
- 三、服务人员现场表现管理  
人员状态；行为技能；人员表现检测与指导
- 四、服务现场协调管理  
顾客沟通；服务环节；资源配置
- 五、服务现场突发事件管理
  1. 顾客碰撞摔倒
  2. 顾客喧哗和过激行为
  3. 媒体接待
  4. 操作系统崩溃

5.客流量陡增、大量排队

6.顾客之间发生争执

7.顾客物品丢失

## 第五章 酒店忠实顾客培养与管理

一、如何有效落实 4 大顾客服务管理机制

顾客意见；顾客满意度；服务问题；顾客奖励

二、散客、常客、团队、会员顾客的管理方法

顾客认知大会；会员顾客联谊会

三、顾客档案建立与运用技巧

四、顾客回访与维护的 9 大技巧

五、移动互联网时代如何打造服务粉丝

## 第六章 员工服务绩效与激励管理

一、如何有效执行员工服务高压线的考核方法

服务员考核；管理者考核；团队考核

二、如何高效激励员工的服务激情

1.如何高效执行师带徒的成长进步制度

2.如何高效执行明星服务师评选激励制度

3.如何高效执行服务 PK 制度

4.如何高效执行表彰与分享制度

5.如何建立终极服务文化墙

6.如何建立终极服务案例历史档案

### 【落地运用】：

1、赠送课后工作中直接运用的资料工具

2、《服务沟通话术设计清单》、《个性化服务用语用品清单》、《服务设计模板》、《客诉处理制度系统》、《顾客个性化奖品礼物清单》、《标准服务运作手册》、《员工服务考核制度系统》、《服务文化墙建立模板》

3、《课后试题》、《课程转化实施计划清单》

### 【备注】：

- ✚ 本课纲内容将在课堂现场根据学员反馈信息对本主题课件内容作适当调整；
- ✚ 企业顾客需按照《培训物料清单》与“会场布置要求”提前做好充分准备工作；
- ✚ 企业顾客、机构未经授权不得在课堂现场录像和录音。

本课程大纲为孙老师版权内容，抄袭、贴用、伪原创均属侵权。