

# 《金三角酒店终极体验服务模式》

|   |   |  |       |     |
|---|---|--|-------|-----|
| 【培训课时】  | 2天/12课时   |  | 【培训师】 | 孙红伟 |
| 【培训对象】  | 酒店企业 <b>一线基层员工</b>  |  |       |     |
| 【培训特点】  | 融顾问式、教练式于一体；“讲授+方法+工具+实务”结合：<br>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   |  |       |     |
| 【五“非”优势】  | <p>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”。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> |  |       |     |
| <p><b>【课程背景】：</b></p> <p>在市场经济模式发生变化的环境下，酒店面临着残酷的市场竞争，企业运营成本、人力成本越来越大，微利时代已经来临，此时服务必须作为企业内功修炼的主要且必要方面。</p> <p>顾客消费心理日益成熟，同质化产品日益丰富，市场的天平已经向能持续不断地为顾客提供优质服务的企业倾斜，并在竞争中脱颖而出，打造一流“顾客服务能力”就成为企业竞争焦点。这已不仅是服务人员或企业的事；拥有持续竞争优势的企业，无不在战略层面上考虑和设计优质顾客服务体系。</p> <p>《金管道培训体系》由孙老师创立，是一个以酒店酒店企业3大价值链作为“运营管理管道”，以安全性、可靠性、完整性、持续性为目标的落地实用体系。而本课程则明确指出了顾客服务中员工服务责任、意识、态度等各方面存在的问题，并在“终极体验服务原则”的指引下，从顾客实际需求出发，深入分析服务变革、流程创新、内部服务体系等问题，全方位透视企业服务过程中存在的关键环节要点，提出了切实可行的解决之道。</p> |   |  |       |     |
| <p><b>【课程收益】：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ 激发服务热情，驱除负面情绪，保持良好工作状态</li> <li>✦ 快速提高服务意识，更新服务与销售观念</li> <li>✦ 掌握了解顾客消费心理需求的实用方法</li> <li>✦ 掌握简单实用的对客服务沟通方法</li> <li>✦ 可以针对不同类型顾客进行个性化服务</li> <li>✦ 掌握超常化对客服务设计与运用的方法技巧</li> <li>✦ 掌握如何通过服务来快速提升业绩的方法技巧</li> <li>✦ 掌握建立与维护良好的顾客关系，培养忠实顾客的方法</li> </ul>  |   |  |       |     |
| <p><b>【课程大纲】：</b></p>   |   |  |       |     |

## 前奏 酒店服务“金三角”与“金管道”

一、酒店服务“金三角”之“道”

二、酒店服务“金管道”价值链

三、酒店服务“三字经”

简约、创新、极致

### 第一章 互联网+体验经济时代 – 酒店终极体验服务时代的到来

一、酒店顾客消费习性的 4 大转变

二、酒店服务面临的 3 大挑战

三、移动互联网时代酒店服务的趋势

#### \*培训方式：

1. 见证分享顾客消费行为变化；
2. 数据解析顾客消费转变；
3. 行业案例解析服务挑战；
4. 头脑风暴终极体验服务重要性

### 第二章 回归本质、强化内功 – 酒店终极体验服务必备的 4 大修炼

#### 一、管家式水准自我升华修炼

- (一) 如何建立 5 大服务心态
- (二) 如何建立弹性性格 2 大技巧
- (三) 如何建立工作必胜信念
- (四) 立刻获得顾客信任与认可的技巧

#### \*培训方式：

1. 现场心态测试剖析自我，针对性塑造；
2. 视频分享情绪危害；
3. 互动训练抱怨摧毁性和赞美方法；积极信念；如何营造团队氛围；
4. 两大案例解析心态情绪成就个人未来；毁掉亲人家；
5. 总结分享服务不好的根源

#### 二、专家式水准知识技能修炼

- (一) 如何掌握专家式水准必备的 4 类专业知识
  - (二) 如何建立与修炼 5 类对客服务沟通话术
1. 日常用语；2. 功能布局；3. 产品塑造；4. 销售异议处理；5. 服务沟通
- (三) 如何快速练就高超服务技能
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

## **\*培训方式：**

- 1.现场基础测试；
- 2.视频分享服务话术作用；高超技能展示；
- 3.互动训练独特话术设计；快速掌握综合服务技巧；
- 4.三大行业案例解析他们怎样快速成为了精英高手；
- 5.总结分享引爆顾客体验

## **第三章 服务个性优势塑造 – 酒店终极体验服务初级模式导入**

### **一、初级模式模型建设**

- (一) 前提：如何认识与挖掘顾客需求
- (二) 初级模式的目标建设

- 1.初级模式核心：真诚、热情、有情
- 2.初级模式目标：感动、点赞
- 3.移动互联网时代如何进行个性化服务目标建设

- (三) 如何从标准化向个性化升级

- 1.如何突破固有不良服务习惯
- 2.先机械后灵活的服务心智模式建立
- 3.标准、预订、一体模式向个性化转化

### **二、初级模式实施与运用的 3 大技巧**

- (一) 如何在流程中设计与实施个性化服务

接待前 4 大精要；迎客中 5 大精要；服务中 6 大精要；送客中 6 大精要；送客后 4 大精要

- (二) 如何实施无微不至的精细化服务
- (三) 如何运用互联网思维进行服务创新

### **三、成为初级模式服务高手的 3 大秘诀**

- (一) 观念建立形式疲劳，真诚持久
- (二) 语言表现甜随安
- (三) 行为表现快活演

### **四、特殊情形的个性化服务攻略**

- 1.不同地域、身份、年龄阶段人群；2.不同时段、节日、生日、特殊纪念日；
3. 散客、常客、团队、宴会、预订、会员；4.醉酒、挑剔、投诉

## **\*培训方式：**

- 1.头脑风暴顾客需求发掘；
- 2.小组 PK 服务目标建设；
- 3.视频分享个性化服务成果；
- 4.互动训练克服不良服务习惯、个性化服务植入；
- 5.案例揭秘海底捞、新海景真正的服务核心精髓；
- 6.总结分享如何灵活运用与发挥；

## 第四章 超常化服务突破 – 酒店终极体验服务高级模式建设

### 一、高级模式模型建设

(一) 前提：如何感知顾客超常化需求

最爱讲面子；具有优越感；情绪化自由人；来寻求享受

(二) 高级模式的目标建设

1. 高级模式核心：征服原始脑、爱

2. 高级模式目标：哇欧、惊喜

3. 移动互联网时代如何进行超常化服务目标建设

(三) 如何从个性化向超常化升级

混合、定制、老板模式向超常化转化

### 二、高级模式超常化服务设计要诀

(一) 关键人；(二) 关键时刻；(三) 取悦攻略；(四) 独特体验

### 三、高级模式实施与运用 5 大技巧

(一) 创建印象；(二) 时刻关注；(三) 维护尊严；(四) 实时高效；(五) 速解客需

### 四、成为高级模式服务高手的 3 大秘诀

(一) 观念建立您的“定制管家”

(二) 语言表现柔恭准

(三) 行为表现贴细灵雅

### 五、特殊情形的超常化服务攻略

1. 不同地域、身份、年龄人群；2. 不同时段、节日、生日、纪念日；3. 散客、常客、团队、宴会、预订、会员；

#### \*培训方式：

1. 头脑风暴感知顾客超常化需求；
2. 小组 PK 服务目标建设；
3. 视频分享超常化服务成果；
4. 互动训练超常化服务如何设计；
5. 两大行业案例解析他们超常化服务运作之道；
6. 总结分享如何灵活运用与发挥；

## 第五章 服务创造持续效益 – 增强顾客粘性、成为造“粉”高手

一、认知顾客的关键技巧

二、顾客回访与维护的 9 大技巧

三、获得顾客转介绍的技巧

四、顾客档案建立与运用技巧

五、移动互联网时代如何打造服务粉丝

#### \*培训方式：

- 1.现场测试顾客认知；
- 2.互动训练顾客档案建立；
- 3.头脑风暴怎样打造粉丝；
- 4.三大案例解析他们打造铁粉的运作之道；
- 5.总结分享服务获取价值，关系成就未来；

**【落地运用】：**

- 1、赠送课后工作中直接运用的资料工具：

《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》

- 2、《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、机构未经授权不得在课堂现场录像和录音。

本课纲为孙老师版权内容，抄袭、贴用、伪原创均属侵权。