

## 《五感礼仪·体贴服务特训班》

### 课程介绍：

课程中的五感礼仪是一个全新的礼仪概念。生理学和心理学指出“人的感觉器官分为眼睛、耳朵、舌头、鼻子和皮肤五大类，分别形成视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉五种感受形式。人的五大感觉系统会在各种刺激因素的共同作用下，让人对某个事物形成一个总的评价。”这一反应过程被嫁接到了礼仪教学中，形成了朱珠老师独创的“五感礼仪”的理论。简单来说，五感礼仪就是一系列能让对方的视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉都同时感受到被尊重的行为规范。

朱珠老师指出“服务礼仪不是机械的执行服务规范，也不是简单地做动作。而是通过“满足客户的视觉、愉悦客户的听觉、顾惜客户的嗅觉、迁就客户的味觉、呵护客户的触觉”五种表达来实现的。服务礼仪的目的就是提升客户在消费过程中的尊贵感。

### 课程特色：

本课程引导参训人员站在客户角度、用客户的五官感受来品味、评判服务，以此提示、提醒服务者---客户到底需要的是什么样的服务？怎样做才能让客户真正获得“被尊重感”？

### 学员受益：

课程将引导学员从人际互动的五感角度、从心出发，去尊重和体贴客户，把重视客户的心理感受放在首位。通过课堂上的标准训练

和课后的自我训练，帮助学员培养从刻意到自然、从自谦到自律，用“五感礼仪”感动客户的自我成就感和价值感。

### 培训对象：

需要与客户接触的所有一线人员

### 培训特色：

讲授、讨论、训练、情景演练交叉进行。朱珠老师授课风格风趣幽默、语言精炼，课堂氛围热烈、高效，课程紧凑、信息量、知识点达百条以上，是难得的精彩课程。

培训时长：6 小时

### 课程大纲：

#### **I 基础篇**

##### 一、礼仪并不“高、大、上”

- 1、分享：你作为客户时有哪些好或者糟糕的消费体验？
- 2、首轮效应 PK 末轮效应
- 3、让客户“为利而来，携礼而去”
- 4、服务礼仪的目标

##### 二、五感礼仪新概念

- 1、重新认识服务意识
- 2、顾客需要五感礼仪
- 3、思考并写下：服务过程中引发顾客不良五官感受的细节
- 4、体贴服务的五大原则

- 1) 满足视觉----七秒效应之谜

- 2) 愉悦听觉---悦人耳目实际是悦人心
- 3) 顾惜嗅觉----闯入别人的嗅觉禁区就会产生距离
- 4) 呵护触觉----触觉细腻需要用心呵护
- 5) 迁就味觉-----舌尖上的尊重让人心生好感

### 三、让客户眼前一亮的专业形象

#### 1、你的形象会说话

- 1) 你是客户眼中的一副画
- 2) 从头到脚都专业
- 3) 着整体工装、显品牌品质
- 4) 思考和写下：你平时的工装着装还欠缺哪些细部规范
- 5) 填写“职业形象自我形象评估表”

#### 2、表情——形象的第一张名片

- 1) 面部的情绪由肌肉走向决定
- 2) 面部的氛围由化妆色彩决定
- 3) 你的眼是正是邪？
- 4) 五度笑容训练法实操

#### 3、让人另眼相看的雅姿美仪

- 1) 《礼记·玉藻》中的九容
- 2) 站坐得体、手势有序
- 3) 自然又亲和的致意礼
- 4) 又恭敬的欠身礼

#### 4、服务流程规范动作大检阅（根据行业和岗位服务流程）

## 5、别这样卖萌--让客户反感的不良小动作

思考并写下：我的不良小动作习惯

### 四、先声夺人的听觉印象

1、互动：请欣赏两段音乐，用文字表达出听后的感觉

2、服务接待从说话开始

1) 先声夺人的称呼礼

2) 与客户打招呼与寒暄的技巧

3) 开口七个词，胜过高颜值

4) 口吐莲花讨人喜欢

3、像专业客服一样接打电话

1) 打电话别丢分失礼

2) 接电话的好习惯

### 五、嗅觉背后的秘密

1、环境中的气味原则

1) 与众不同的嗅觉神经

2) 嗅觉禁区

2、口气带来的沟通障碍

1) 气味决定距离

2) 身体异味暴露个人品味

3、让自己有点好味道

1) 我不好味道来自……

2) 我的好味道会来自……

### 3) 案例：省钱的小王

## 六、用心呵护顾客触觉

### 1、握手的礼节

- 1) 该出手时才出手
- 2) 面对客户应该主动伸手吗？
- 3) 左手 or 右手
- 4) 一次尴尬的握手

### 2、凝视是一种有温度的触摸

- 1) 不要目光犀利也不要目中无人
- 2) 凝视区域由关系决定

### 3、越亲密越靠近

- 1) 人际距离也是一种语言
- 2) 由关系而定的人际距离

### 4、被触摸的权利只留给信任的人

- 1) 站立时坐着时的身体距离有讲究
- 2) 避免客户被你的“拍拍打打”困扰

### 5、一递一送之间客户的心热了

- 1) 递资料/卡片的两个要点
- 2) 何谓“奉”茶
- 3) 尖头朝谁好？

### 6、呵护客户的触觉该怎么做

- 1) 座椅上的新垫子

2) 门把手上的绒套

### 七、服务与味觉尊重

故事：由一根冰棍引发的品牌情结

1、端茶送水前了解客户喜欢的口感、口味和合宜温度

2、VIP 客户的特殊饮品

3、让糖果、水果或者其他食品有更好的口感

### 八、总结与实践：

请结合本行业、本岗位模拟与演习