

服务升级与客户满意度提升训练

n 课程背景：

企业的品牌和产品升级，要伴随着服务升级，才能满足不同客户群体的需求，通过服务去匹配并不断加深客户对企业的品牌理解，让客户心理觉得“值得”。客户在企业当中经历的每个触点，甚至是员工的一个小细节，都会影响客户的决策。所以企业员工要有意识的通过卓越服务为客户创造良好的消费体验，这种卓越的服务可以让客户能消费，再次消费，还能帮助企业转介绍新客户。

本课程旨在提升员工对“服务”本质的理解，服务呈现和客户感受之间的关系。同时，也让服务管理者了解，想要让客户满意，得到持久稳定的服务质量，需要系统上支持。把“服务”本身当成产品来卖，让客户也为他们体验到的卓越服务买单。

n 课程目标：

1. 识别服务对企业和个人真正的意义，激发员工对服务的重视。
2. 增强员工的形象管理，用良好的礼仪和用语去为客户服务。
3. 提升员工的换位思考，理解客户期待，需求的不同，更好地跟客户共情。
4. 理解不同类型的客户有不同的喜好沟通方式，与客户建立更融洽的关系。
5. 更好的调动资源，为客户提升价值体验。

n 课程对象

一线服务者

n 课程时间

2小时/次，3次课程，共计6小时

n 课程形式

- Ø 课程讲授
- Ø 案例分享
- Ø 小组讨论

- Ø 情境演练

Ø 团队游戏

n 课程内容大纲

第一部分：理解高端客户的期待和需求

一、产品升级对服务的要求

- 1、高端客户为什么会有不同的要求？
- 2、高端客户喜欢什么样的服务人员？
- 3、更好的用餐体验，三个切入点
- 4、服务人员的五点要求
 - ◇ 更加自信，如何做到？
 - ◇ 更加包容，如何做到？
 - ◇ 定制化服务，如何做到？
 - ◇ 预见的服务，如何做到？
 - ◇ 交互的服务，如何做到？

二、高端客户需求的几个层次

- 1、产品需求：你懂菜品
- 2、信息需求：你懂企业
- 3、情感需求：你懂我的心
- 4、精神需求：你懂我的系统

三、服务人员匹配的能力提升

- 1、产品的特点优势，能理解和描述
- 2、解决客户的问题，能不慌不忙
- 3、让客户心情愉悦，感受客户的情绪

第二部分：服务高端客户，从礼仪入手

一、礼仪的本质和暗示

- 1、礼仪的细节藏着自己的经历
- 2、企业的品牌形象通过员工的礼仪传递
- 3、身体语言最重要：55387 原则
- 4、一个表情和语气语调的暗示
- 5、服务人员一定要让客户喜欢你

二、仪容和仪表礼仪

- 1、职业形象是客户对你能力的解读
- 2、微笑的本质，如何微笑
- 3、目光的自信，赢得客户信任
- 4、仪容和化妆，如何展现自己的美
- 5、服饰的要求，干净整洁合体

三、仪态和社交礼仪

- 1、身体要挺拔，保持工作的状态
- 2、站姿行姿蹲姿
- 3、引路让路，手势礼仪
- 4、克服不雅姿势
- 5、当客户问我话时，我应该怎么做
- 6、当客户问我的问题解答不了，我应该怎么做
- 7、你还遇到过哪些客户互动？

第三部分：与高端客户的交流互动

一、企业的盲区，只有客户能告诉你

- 1、关注客户反馈，推动流程和文化迭代
- 2、客户的反馈怎么用

二、感知客户这个“人”

- 1、客户的穿着和背景
- 2、客户的语言和情绪
- 3、客户的性格和喜好
- 4、镜像效应：快速跟人拉近距离

三、客户需求探索

- 1、客户的期待、需求的区别
- 2、学会跟客户聊天，关注客户个人利益
- 3、倾听：读懂客户的心
- 4、客户的显性需求和隐性需求

思考：客户还有哪些诉求点没有被满足？

四、学会问问题，引导客户

- 1、引导客户说“是”的答案
- 2、客户投诉处理流程
- 3、大众点评高端餐饮的差评：案例研讨

五、语言礼仪与魔力语言

- 1、使用普通话，正式语言
- 2、魔力语言和服务文明用语
- 3、使用“我”代替“你”
- 4、不能使用的语言

六、说有逻辑的话，吸引理性客户

- 1、事实类陈述，让客户相信你
- 2、事实也可以“骗人”
- 3、借一切机会呈现产品优势，植入客户心智

七、说煽情的话，吸引感性客户

- 1、自己就是最大的资源
- 3、创造客户积极情绪的方式
- 4、让客户知道你的付出
- 5、把客户利益放在首位的表达
- 6、成交后的服务更重要，关注客户长期价值