

## 《服务效能提升》

### 【课程背景】

在服务型社会里，谁能够提供具有独特性的服务谁就能够得到社会的认同。产品同质化、价格透明化、渠道通用化的时代，想要成功为品牌打造完美形象，提升品牌价值与知名度，服务是差异化竞争力，甚至是品牌的塑造力。客户一旦享受过高品质的服务，便不能够对平庸的服务满意。当今的时代，产业结构也已经不能简单地划分为“第一产业”、“第二产业”、“第三产业”了，亦不能简单地划分为农业、制造业和服务业了。各个产业结构之间不仅“你中有我、我中有你”，而且更直接体现为它们都是以服务为载体、以服务为手段、以服务为依托、以服务为目标，按照服务的标准来经营所有的产业，按照服务的标准进行自己的行动。于是，“服务”越来越成为企业成功的力量之源与可靠保证。

### 【课程特色】

□ 通过理论讲解及现场演示等互动活动，帮助学员提升服务综合素质，内外兼修！突出听、看、做、练等亲身体验的关键环节，充分激发学员的学习兴趣！

### 【培训形式与时间】

□ 培训形式：情景模拟、角色扮演、视频短片、头脑风暴等多种教学方法，结合生动案例，寓教于乐，深入浅出，使学员轻松愉快地掌握所学知识！

□ 培训时间：6 小时/天主讲人：张梅双 提升企业品牌形象

### 【课程大纲】

#### 第一部分：概念篇

礼仪是达成交易的催化剂

左右脑“分工”的秘密

令人印象深刻的“五感开关”

文字语言：人际交往核心

声音语言：可以练习的吸引力

视觉语言：仪容、仪表、仪态

#### 第二部分：服务为王 礼仪相彰

自信大方形象礼仪

优雅规范举止礼仪

迎客礼仪的设计与心意

送客礼仪的专业与热情

活动时间：优雅礼仪操

#### 第三部分：打造服务亲合力

服务亲合力：表情的友善

服务亲合力：倾听的秘密

服务亲合力：表达的技巧

服务亲合力：回应的礼仪主讲人：张梅双 提升企业品牌形象

#### 第四部分：转危为安-客户投诉管理

客户投诉心态篇

客户投诉逻辑篇

客户投诉行动篇

#### 第五部分：更有效率的服务

规范化服务管理与设计

全员化服务理念与实施

同理心服务原理与训练

服务营销的结合与实施

## **第六部分：积极团队动力训练**

从优秀到卓越

### **【其它培训相关说明】**

会场情况一定要与老师及时沟通以保证课程品质！

1、场地需要适当宽敞，座椅摆放可提前沟通，以便培训时做模拟和示范之用；

2、会场请准备激光笔（7号电池备用）、投影仪、无线麦克2个（5号电池备用），

音频视频设备等；

3、如有工装听课时统一着装（请男士系领带、女士自备小丝巾及化妆品）；

4、请于开课前三天提供参训学员名单及职务，以备师生互动沟通之用；

5、以上课程内容老师有权根据学员具体情况与授课情况及时调整课程内容。