

银行对公客户经理社交礼仪

主讲人：张梅双

【课程背景】

一流的企业，一定具有一流的企业形象。调查研究表明：企业形象的上升或下降，对企业销售额的变化有着重要的影响，客户明显喜欢购买那些公众形象良好的企业的产品。而个人形象，作为企业形象的一个重要组成部分，它不是个性的，它承担着对一个组织的印象，它是与客户沟通的工具。

在西方,许多国际知名的公司都不再用俊男美女来表现公司的形象、寻求公众的信任,他们意识到,个人(职员)的形象就是集体(公司)的形象,许多公司把形象作为一个职员的重要基本素质,因为他们知道职员的形象不仅通过他们的外表,而且还通过沟通行为,职业礼仪等留给客户一种印象.这种印象反映了公司的信誉产品及服务质量,公司管理者的素质层次等。通过对公司职员形象的判断,客户可以判断公司的服务,信誉,职员的形象直接影响着公司的信誉,并在很大程度上影响着企业的发展。良好的个人形象对客户传递一种信息,即优质的产品与卓越的服务,而这种信息传递的结果就是客户信任度的明显提升。杰克·韦尔奇等世界木出的企业领导人,无不将自己的形象视为公司的品牌,无不重视企业员工的礼仪素养和职业形象。

管理学家怀利在《公司形象》一书指出:“如果通过外表,行为和客户的关系,公司职员能传达到公司的价值,这个公司就是成功的企业。”

在竞争日趋激烈的今天,越来越多的企业和员工认识到职业形象和社交礼仪对企业形象和个人形象的重要性,却又有很大困惑,不知该如何操作:什么是社交礼仪?社交礼仪的理念、规则、内涵是什么?礼仪与企业形象提升之间有着怎么样密不可分的联系?在客户拜访过程中应如何与客户沟通、如何给客户留下完美的第一印象?.....

所有这一切,您都不用担心,我们的分享,会让您的疑惑迎刃而解!

【课程对象】 银行业对公客户经理;

【培训用时】 0.5 天;

【课程目标】

塑造职业服务形象、规范行业服务行为、传递企业美誉度、提升客户满意度

【课程大纲】

第一模块:克己复礼的职场社交礼仪 (0.5 小时)

礼仪的深刻内涵

礼仪的内外兼修

有礼方能走天下

礼由心生 而后成仪 有礼有仪 文质彬彬

第二模块:社交接待礼仪 (1.5 小时)

接待中的第一印象

赢得“首轮效应”的数字密码

称呼礼仪不容小觑 (顺序、场合、规范、禁忌、迎接礼仪、介绍礼仪)

仪态礼仪恭谨庄静 (手势应用、身体里的密码、握手礼、鞠躬礼、挥手礼等)

微笑礼仪沁人心脾 (微笑不仅仅是一种表情,更是一种心态)

目光礼仪落落大方 (相由心生的点睛之笔)

位置礼仪体现尊重 (行走、引领、楼梯、电梯、入座、乘车、会议室递送等)

赞美礼仪得体适度 (言之有情、言之有物、言之有礼)

礼物礼仪悠远流长 (选择合适的伴手礼、赠送的时机、举止大方的赠送)

送别礼仪末轮效应 (迎三送七的内涵、送别的四项核心)

第三模块:社交宴会礼仪-餐桌上的哲学 (1 小时)

- 宴请准备:如何挑餐馆?如何控制预算?如何点菜?
 - 邀约和迎候及餐前小座
 - 中餐桌次和座次
 - 谁点菜?如何点菜?何时点菜?
 - 谁来开酒?谁来开菜?
 - 中餐餐具使用和吃相
 - 中餐酒文化:敬酒顺序、敬酒动作、祝酒词、敬酒禁忌中餐宴请外宾的要求
- 总结、复习、演练