

增值型服务礼仪

课程背景：

员工的整体素质是企业文化的名片和标签，也是企业文化软实力的体现。从规范管理工作，提升员工职业形象、提高员工职业化沟通社交能力、如何职业化融入团队，能够自如的认同企业的文化并和企业共同成长，从而实现在企业内外，都能成为企业文化的代言者和实践者；一流企业卖文化，纵观商业过往中能够杀出重围，基业长青的企业都具备极强的企业文化和特点。将这些文化细分和落地的是企业内部的每一个人和员工，这些不可遮掩的体现在具体的服务、形象和企业外部社交中的竞争。一个职业化素养极高并具备内部服务意识的个人或企业，就很容易获得合作机会，商业机会，并收到支持与信任，在职场和商场中稳扎稳打，有根基的，有力度的生长和发展，并具备较强的竞争力。

优质的服务与服务礼仪，提升客户体验感，打造品牌软实力，以和与员工为有声的品牌代言人，行走的广告。合适的形象设计，和价位匹配对路的产品开发，优质的员工服务和营销能力，得此三点得天下，这三点环环相扣，缺一不可。

课程收益：

- 塑造服务/营销职业化理念，以良好的态度应对市场挑战
- 优质服务从心开始，做有质感有温度的营销服务
- 服务/营销形象职业化，服务礼仪打造优质服务
- 掌握服务技巧，提升服务质量带动营销业绩

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：一线服务人员及主管

课程方式：开拓视野、启迪智慧、案例分析、实操演练、受众参与、知行合一

课程中大量使用案例教学，实战与情景演练二合一，引导学员自我检视，自我比对，激活能量和盲区、从优质服务和服务礼仪中挖掘业绩潜能。

课程大纲

第一讲：服务意识与服务心态

一、什么是优质服务

1. 服务人员的角色认知
2. 服务人员的与时俱进
3. 优质服务的概念

案例分析：记忆中印象最深刻的一次服务（好的不好的皆可）

4. 客户的诉求和出发点是什么

二、服务意识与职业化心态

1. 永远不要对顾客说不

案例分析：宝格丽酒店的服务意识

2. 职业化与阳光心态

案例分析：女孩开窗的故事

3. 我的心态我做主

案例分析：常见的那些事

4. 服务从心开始

案例探讨：海底捞送你男朋友

总结：优质服务源自用心

三、服务/营销人员的职业化趋势

案例分析：经济发达国家的服务人员工作情况分享

第二讲：优质服务与礼仪

一、服务礼仪与优质服务的关系

二、服务礼仪与客户感受

案例分析：某品牌 员工在岗形象抓拍照对比

三、服务/营销的个人品牌与代言人的关系

1. 服务礼仪宝典

- 1) 服务之个性化打招呼
- 2) 服务之 服务/营销坐姿
- 3) 服务之手势与指引
- 4) 服务之细节决定成败

2. 服务 服务/营销人员职业化仪容仪表

- 1) 企业代言人的“颜值”与“言值”
- 2) 代言人之在岗穿搭规范
- 3) 代言人之职业化妆容与日常妆容的区别

第三讲：金牌 服务/营销之赢在沟通

一、服务服务之沟通

1. 服务与沟通的关系

2. 沟通与“听”

- 1) 听的艺术 1：古代繁体的“听”字结构
- 2) 听的艺术 2：不认真听的影响

案例分析：视频教学电影《大腕》节选

- 3) 听的艺术 3：同理心倾听

案例分析：视频教学电视剧《溧心风暴》节选

3. 沟通与“看”

- 1) 角色扮演：客户的表情
- 2) 角色扮演：客户的肢体语言告诉我们的

4. 沟通与“说”

- 1) 抓产品卖点
- 2) 介绍产品公式
- 3) 开放式与封闭式问题
- 4) 红花与绿叶的关系
- 5) 沟通在乎对方感受

案例分析：角色扮演处理客户异议

二、优质服务语言的功力

1. 如何设计合适的问候及迎宾
2. 合适的称呼拉近距离
3. 巧妙探寻顾客的需求
4. 优质服务之处理异议
5. 收银台优质服务体验
6. 细节与送宾

第四讲：优质服务与主动营销

一、一日之计在于晨

1. 好形象，好状态，好产品
2. 好形象与无声的 服务/营销们
3. 产品和自我介绍，1+1 大于 2

二、服务/营销礼仪与主动服务

1. 服务流程中礼仪带来的客户感受
2. 顾问式优质服务 8 步曲

第五讲：优质服务之处理投诉

一、有效处理顾客投诉

1. 顾客投诉原因与为什么
- 小组讨论：我们在消费时经常会因为什么投诉
2. 顾客投诉的正确认知
- 案例分析：菜鸟空少被客户投诉
3. 顾客投诉关心的那些事
 4. 客户投诉处理流程
 5. 处理投诉的清茶原理与沟通技巧

二、优质服务与 服务/营销各类情景演练

- 情景演练：投诉客户角色扮演
- 情景演练：客户类型分析
- 情景演练：金牌服务的额迎宾方式
- 情景演练：金牌服务的送宾方式
- 情景演练：增值服务，业绩直升关键之附加推销