

课程背景

在如今各行业严重同质和内卷化的市场大势里，如何做出精准、具有差异化的核心竞争力？

时下服务企业，不仅需要产品的优势、品牌的支持、配套便捷的硬实力，更需要“服务的软实力”的出圈与支撑！

如今在用户体验的时代下，每一位员工与贵宾交流中眼神、微笑、举手投足、高情商对话、真正让客户感受到“如沐春风”的超出预期的感动，都是拉开同行差距的“企业产品软实力”！

通过程老师对合作伙伴的深度调研后，设计出一套中建集团的“标杆服务实训营”，为赢得高满意度的用户体验感助力！

课程目标

- ★ 塑造 2024 年 4.0 版本的服务接待顾问的服务意识重塑定位，激发主动服务和创新服务；
- ★ 通过服务场景及服务触点的精心设计，设计客户体验感降低企业服务成本、促进业绩增长；
- ★ 从客户行为心理学进行切入，从本质构建客户信赖感，提升客户对企业品牌满意度的预期；

培训特色

- ◇ **对症下药**：“问诊拿脉”找到服务中的问题点后再“对症下药”
- ◇ **闭环检核**：咨询式培训 + 效果检核 + 辅导纠偏
- ◇ **趣味教学**：整篇课程站在消费者视角沉浸式培训，以案例分析、角色扮演、龙虎 PK 等翻转课堂，由导师作为教练，学员作为体验式主角，用细节征服客户，用服务创造价值。

一、定制课纲

结合本次调访情况，旨在解决二大目标：**程莉服务管理咨询**

- **解决服务团队的高规格接待职业形象品牌重塑**
- **解决服务团队服务心态认知和商务接待礼仪提升**

《标杆服务实训营课程大纲》

一、关键时刻

1. 解析关键时刻的由来

关键时刻概念的起源与发展

关键时刻在服务行业中的重要性

2. 关键形象的关键要素

关键形象的构成要素分析

如何塑造积极的关键形象

3. 关键印象的叠加顺序

关键印象的形成过程与叠加效应

如何通过关键印象的叠加提升服务体验

二、关键评价

1. 影响评价的三要素

服务质量、专业能力与态度

客户期望与感知价值的匹配

2. 关键评价的案例分析

成功与失败案例的对比分析

案例中关键评价要素的提炼与总结

三、关键礼仪

(一) 客户体验旅程设计

1. 迎宾接待

接待礼仪规范与实操

接待前的准备工作与注意事项

2. 参观带看

参观路线的规划与设计

带看过程中的讲解技巧与礼仪

3. 会议服务

会议前的准备与布置

会议中的服务要点与注意事项

4. 宴会服务

宴会布置与桌面座次安排

宴会中的服务流程与礼仪

5. 送别时刻

送别礼仪与表达感谢的方式

送别后的客户关怀与跟进

(二) 互动设计

1. 体验旅程图绘制实践

分组进行体验旅程图的绘制

分享与讨论各组的设计思路与特点

2. 头脑风暴与创意分享

以“惊喜、荣耀、认知、链接”为主题进行头脑风暴

分享并讨论创新的服务点子与想法



程莉服务管理咨询

CHENGLI SERVICE MANAGEMENT CONSULTING

五、讲师特色

260场 7048人全国 11个城市礼仪讲座记录保持、**36家**窗口企业礼仪顾问专属提供、**最落地最实效最对口的地产**服务礼仪培训专家

六、合作伙伴

七、案例展示

案例：定制顾问服务——远洋集团华中区域 高端案场标杆服务定制营
培训时长：2021年4月-7月 三个月

培训企业：远洋集团华中区域 四个城市 六大明星楼盘

培训模式：这次培训通过以培+练+训+比四位一体的“以赛代培”的内核驱动新模式

培：贴合到岗位和行业以及服务的短板定制课程；

练：学员盯人定岗 实操演练；

训：训 60%，教 40%，教学落地运用到接待服务环节每个点；

比：礼仪技能大比拼——举办“服务之星大赛”；



程莉服务管理咨询

CHENGLI SERVICE MANAGEMENT CONSULTING