

门店服务礼仪与极致服务技能提升

课程背景：

市场经济大洗牌，零售业和电商关系微妙。自电商在江湖上崛起，零售门店又爱又恨。一些零售品牌和门店运营在洪流中隐退，一些品牌则在这场风浪中越挫越勇，独领风骚。万达老总王健林说，过去是属于零售的，现在是属于电商和零售的，未来是属于“非提袋”经纪的。“非提袋”经济包含餐饮类，美容养生类，教育益智类，同时也包含品牌线上线下结合运营，互相依托的运营模式。零售门店从过去的追求产品销量，转化为个性化服务，人性化服务，提升客户体验感为主导的营销服务模式。

虽然有外卖，但大家更喜欢去海底捞门店就餐，因为喜欢那份人性化服务的体验。虽然有淘宝天猫，但客户喜欢去门店试穿，因为有那份触摸与体验实物的体验感和超过期待的服务带来的消费愉悦，零售门店不需要延迟满足，是电商不可逆的事实和优势。市场经济战略转型，品牌营销策落转型，优质服务和服务礼仪的变化和更新是零售门店必须接轨和不断更新不断成长的一课。

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

课程收益：

- 塑造销售职业化理念，以良好的态度应对市场挑战
- 优质服务从心开始，做有质感有温度的销售服务
- 销售形象职业化，服务礼仪打造优质服务
- 掌握服务技巧，提升服务质量带动销售业绩
- 赢在门店，抗衡电商，顾客体验成就门店业绩

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：门店经理或店长、门店主管、销售及相关人员

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. 门店销售人员的角色认知
2. 门店销售人员的与时俱进
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：门店常见的那些事

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、销售人员的职业化趋势

案例分析：经济发达国家的门店销售人员工作情况分享

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：某品牌门店员工在岗形象抓拍照对比

三、销售的个人品牌与代言人的关系

1. 门店服务礼仪宝典

- 1) 门店服务之个性化打招呼
- 2) 门店服务之销售坐姿
- 3) 门店服务之手势与指引

4) 门店服务之细节决定成败

2. 服务销售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：金牌销售之赢在沟通

一、门店销售服务之沟通

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、门店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. 好形象与无声的销售们

3. 产品和自我介绍，1+1 大于 2

二、销售礼仪与主动服务销售

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、优质服务与销售各类情景演练

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：金牌销售的额迎宾方式

情景演练：金牌销售的送宾方式

情景演练：增值服务，业绩直升关键之附加推销