谭志德老师《服务引爆增长》第三周特训营内容

完整服务系统，引爆业绩增长

- 战略增长
  - 赛道切换
    - 看趋势和增量
    - 兴趣、爱好、天赋
    - 城市和区域
    - 渠道、平台
  - 客户切换
    - 小客户到大客户
    - 有增量的客户
  - 产品切换
    - 有增量的单品
    - 爆品战略
  - 上下游切换
    - 多元化经营
- 服务流程
  - 什么情况下要去做流程？
    - 为什么做流程？
  - 做“对”
    - 了解客户核心需求/体验
      - 前往一线
      - 观察法
      - 主动询问
      - 看客户投诉点
    - 需求分析
      - 哪些是基本需求
      - 哪些是个性化需求
      - 哪些是可简化/优化的需求
  - 流程构建
    - 流程设计模块化
      - 售前服务
      - 售中服务
      - 售后服务
      - 怎么设计
        - 明确负责人
        - 问题清单
        - 设计流程
        - 流程修正
    - 基础流程标准化
      - 有步骤
      - 有标准
      - 可跟进
      - 可考核
      - 文字描述
        图片描述
        视频描述
        PPT描述
    - 特色流程个性化
      - 独特体验
      - 情感
      - 创新
    - 流程执行情感化
      - 注入情感
      - 发自内心
  - 流程实施与修正
    - 训练
      - 会
    - 僵化
      - 先闭嘴
    - 修正
      - 再张嘴
    - 固化
      - 坚决执行
    - 流程实施的阻力
      - 利益
      - 习惯
  - 卡点/难点
    - 服务是有成本的
    - 优秀员工难留
    - 用最优秀员工服务最优秀客户
- 场域设计
  - 场域
    - 售前：卖场、展厅、门店
    - 售后：家宴、沙龙、年会、聚会
  - 五感模型
    - 听
      - 声音
        - 音乐、铁板牛扒
    - 视
      - 实物
        - 醉鹅、湛江鸡
      - 照片
        - 星巴克、肯德基橱窗的咖啡照片
    - 嗅
      - 气味
        - 隆江卤猪脚卤肉的气味
        - 咖啡店里咖啡的香味
    - 味
      - 天福茗茶进店请喝茶
      - 百果园免费试吃
    - 触
      - 慕思的床单布料
    - 布局
      - 宜家家居陈列分类
      - 车展车模
      - 淘宝、天猫、京东直播间
  - 场域设计核心
    - 意义：文化传递、价值提供、情感链接
    - 场域设计目的
    - 提供的价值是什么
    - 目标人群
    - 形式
    - 独特体验
  - 场域的关键：人
    - 人是场域的灵魂
    - 微笑、热情、传递情感

Presented with xmind