**大客户服务礼仪和公关技巧**

**课程背景**

 大客户掌握企业的命脉，这是著名的80/20法则告诉我们的不变的真理，因此我们在大客户中寻求企业利润的大幅提升，掌握必要的大客户服务技巧与策略，维护老客户开发新客户并与之保持长久、良好关系，同时协调媒体服务和客户服务的关系以满足大客户的需要。

 大客户并不一定是营业额大知名度高的客户，而是给我们带来利润大的客户，未来和我们企业战略目标一致，甚至是经济生命联合体的客户。关注大客户的需求，对服务的满意度，未来的发展并与其建立好长期合作的信任关系，是企业战略营销的重中之重。

**课程收益**

* 塑造大客户服务人员职业形象，提升礼仪素养
* 掌握大客户公关过程中的礼仪细节，给大客户信赖感
* 了解当前大客户服务现状与不足，找出企业短板
* 快速对大客户进行识别并与潜在客户建立联系
* 制定多层次有计划的大客户沟通策略
* 提升企业产品及服务在大客户心目中的满意度

**课程大纲**

**第一部分 对“大客户”的认识**

* 重新界定“大客户”
* 了解大客户的战略与现状
* 了解大客户对我们的期望
* 建立大客户的档案
* 建立大客户服务的特殊流程

**第二部分 展示自身的职业形象**

* 着装与个人仪容
* 言谈与举止
* 表情礼仪
* 时刻牢记微笑的传播力

**第三部分 接待与拜访**

* 商务会面礼仪：迎送、称呼、问候致意、人际距离、引导——在走廊、在楼梯、在电梯、在会客室门口；
	+ 介绍礼仪、称呼礼仪、握手礼仪、名片礼仪
* 接待与拜访礼仪：
	+ 不守时的人不可信——守时就是信誉；
* 乘坐交通工具的礼仪：乘小轿车、的士、飞机、火车等；
* 商务通讯礼仪：电话礼仪、手机礼仪；
* 座次礼仪：尊位的概念、常见场景座次礼仪——开会、乘车、会客、宴会等；
* 餐饮的礼仪：
	+ 吃中餐的礼仪
	+ 吃西餐的礼仪
	+ 如何体面地饮酒
	+ 喝茶礼仪
* KTV礼仪

**第五部分 礼品的选择与馈赠**

* 礼品不是越贵越好，而要投其所好
* 礼品代表什么?
* 馈赠礼品的对象及时机

**第六部分 政府公关技巧**

* 公关不是搞腐败，送礼也要有技巧；
* 参访接待的目的和操作技巧；
* 与政府之间的关系（日常、节日等）如何把握——跟进方法；
* 政府官员心理特征分析分析

关键人物的几种类型

关键人物的性格特点分析

* 如何持续交往核心领导？如何成为长期的朋友？
* 如何防范与政府交往的风险

（全文完）