附件1：刘超老师课程大纲

|  |  |
| --- | --- |
| 《智时代下酒店房务营收增长新战略》 | |
| 课程模块 | 单元内容 |
| 一、营销无差，每个岗位都是ME型CEO | 1、解读酒店客房商业增长新战略  2、解析智时代下酒店客房服务营销逻辑  3、揭秘提升客户体验的新型管理角色  1）房务总监变身顾客服务体验 | 健康设计师  2）前厅总监变身卓越健康服务总监 | 首席增长官  4、解读互联网时代下酒店客房的一出好戏 |
| 二、认知升维，创客思维实现客房增长 | 1、解读智时代下营销新模式  2、创客营销的定义与核心角色  3、解密创客营销10大创新思维 |
| 三、三大方向，在存量中寻找增量行动 | 1、用内容将员工包装成为酒店吸粉达人：  1）产品手册将员工包装成为产品故事大王  2）细节服务+巧要好评打造线上客房红人  客人抵店前的服务设计  客人抵店时的服务设计  客人入住后的服务设计  客人离店时的服务设计  索取好评的时刻与话术  3）直播/短视频渠道房务员工的明星包装  2、打通酒店房务员工私域流量：  1）私域流量的概念与营销逻辑  2）私域流量的工具介绍  3）全员私域流量推广技巧  3、在策划中赋予房务员工更多价值：  1）打造世界睡眠日的助眠客房大使  2）塑造高考期间的爱心助考房务员 |
| 四、发掘人才，用关爱激发员工的欲望 | 1、房务员工关爱计划之“六个一”  2、房务人力资源动态管理方法  3、房务员工培训体系的建立  4、房务员工服务奖励政策、相关活动及福利政策 |
| 五、超越期望，客房体验的KPI是服务 | 1、服务的本质是独立创造价值  2、超越顾客期望服务5大构建体系  3、超越顾客期望服务7大战略思路  4、服务为企业创造价值的案例  5、服务E+1提升体验的实践思维 |