

课程九:

《烟草商业企业服务品牌建设与管理》

用服务的理念打造品牌，用品牌的思想提升服务

2005年以来,烟草行业认真贯彻落实《中国烟草企业文化建设纲要》,牢固树立“两个至上”行业共同价值观,积极推进行业企业文化建设。2007年国家局结合行业工作实际,构建了《中国烟草行业文化架构体系》,进一步明确了行业共同价值观、行业精神、行业使命、行业愿景、行业行为信条及行为准则,2008年全国烟草工作会议上,国家局党组明确提出了全面建设“严格规范、富有效率、充满活力”的中国烟草的主要任务。

新形势、新任务、新要求,如何进一步推进行业文化的发展与繁荣,是摆在我们烟草企业面前的一项紧迫而具体的任务。进一步深入推进企业文化建设,努力提升烟草企业服务水平,打造服务品牌,正是我们文化建设的一项全新的工作,服务是烟草商业的核心竞争力,作为市场经营主体,地市烟草公司打造服务品牌,塑造服务环境,完善服务体系,提高服务水平,契合了烟草商业服务本质,是适应专卖体制下市场化取向改革的需要,也是企业文化品质进一步提升的需要,更是深化企业文化建设的有效载体。

为了帮助地市级烟草商业企业构建并提升服务品牌,理实国际咨询集团特为地市级烟草商业企业中高层管理人员定制了烟草服务品牌的重要课程,从服务品牌解析,到服务品牌构建管理与维护提升,层层剖析,课程总共用6小时,帮助地市级烟草商业企业中高层及相关管理部门管理人员提升管理与操作能力。

课程目标



使参加培训的烟草商业企业中高层管理人员掌握以下内容:

- 1、烟草行业市场竞争态势;
- 2、深入理解国家局针对服务品牌建设的要求;
- 3、分析商业企业服务品牌建设的目的及意义;
- 4、研究烟草商业企业服务品牌构建方法及重难点;
- 5、理解并初步掌握烟草商业企业服务品牌管理及提升方法。

课程内容

一、烟草商业企业服务品牌背景产生的环境

- 痛，但需要快乐着！烟草行业市场竞争格局分析
- 怎样对待上帝？烟草商业企业服务文化现状
- 烟草商业企业服务品牌建设的必要性

案例：米其林用服务卖轮胎

二、烟草商业企业服务品牌认知

- No Excuse: 怎样才算上帝
- 宾利与吉利是同行么
- 解读烟草商业企业服务品牌

案例：真诚到永远的海尔

宾利与吉利是同行么？

三、服务品牌体系构建及策略指引

- 服务品牌构建是一项系统工程
- 服务品牌建设的方法
- 服务品牌体系构建的重点、难点
- 服务品牌如何落地实施

案例：中国移动“沟通100”计划

IBM的服务品牌定位策略

四、服务品牌体系的管理与维护

- 如何评估并改进服务品牌



— 服务品牌的管理三要素

案例：创维集团服务品牌管理案例

课程对象

地市级烟草商业企业中高层经营管理团队

课程时间

6 小时