

## 重视一线服务员工的培训

即使是赫赫有名的企业也在为如何提供卓越的客户服务而颇费心机。回忆一下你作为客户同某航空公司、饭店或者你公司自己的供应商之间的最近一次不愉快的经历，也许是对方的态度有些蛮横，处事有些不当，也有可能他个人的态度无可挑剔，或由于你的要求不符合公司的规定，或者未在保修期之内，或库存中由于没有现货而达不到你的要求，等等。

优质服务的重要组成部分是优秀的管理，而优秀的管理始于你最前线的一线员工，这也正是“服务利润链”理论的核心结论之一。要提供优质服务，首先要确保一线员工拥有足够的信息和权利用来处理客户的问题。其次，要创造环境来激发员工主动提供一流服务的意识。最后也是最重要的，要帮助一线员工学会如何才能提供让人满意的服务。这些员工必须能熟练应对各种客户，此外还必须能处理好各类问题，让客户高兴而归，而不是由着性子回避矛盾，或将问题转给别人，或者与客户争吵。

作为一线员工必须学会以下 12 条要点以便与客户进行更好的沟通。

1、公司就是你。无论你所在的公司拥有多少员工、多少分公司、无论你在公司职务有多低，在客户眼中你代表着你的公司。客户不管你公司内部各部门之间如何竞争、如何“只扫自家门前雪”，发生问题时，你不能将责任推给别的部门或员工——记住：问题是出在我们这里，而不在客户那里。当客户确实需要与公司其他人对话时，你首先要亲自与这项业务的负责人联系，并带领客户走过去或将客户移交给这位负责人。这时，最好对客户说一句：“如果您还需要，请给我打电话！”

2、记住你的个人经历。不妨回想一下当你是客户时你想要什么？你希望他们怎样对待你？怎样解决问题才能让你满意？这一点对客户同样适用。

3、不要让客户感到气馁。遇到问题时不要说“我处理不了”，不妨换一种积极的、实在的回答方式，如“这确实有点麻烦，不过我试一下吧！”。你也可以说：“我请示一下上级”。而不能只给客户消极的回答如“这是个问题”或“这个挺难办”。要说“你可以……”而不能说“你必须……”。记住要永远设身处地为客户着想，即使客户提出的要求有悖于公司的政策，你的回答也应该是这样的：“您的要求不符合公司的规定，您看不如我们再换一种办法。”

4、让客户感觉到你有时间处理他们的问题。无论你有多忙，压力有多大，面对客户时始终保持轻松的语调耐心处理他们的问题。多花些时间来寻求解决客户问题的信息和方法。即使最后问题没有解决，客户也会对你的努力和关注表示感谢。

5、给客户改变主意的机会。一个好的销售人员总会不厌其烦地询问客户的偏好、意见、风格和其他的选择，因为他们明白：即使一个通常有规律地只定购一箱货物的客户也有可能改变主意定购两箱别的什么东西。优秀的客户服务代表知道，通过仅仅五分钟沟通，他们可以将一个问题客户转变为订单客户。

6、好好对待有抱怨的客户。对于一个抱怨的客户，你的第一反应始终应该是：“感谢您提供给我的信息！”当客户表达他们的不满时，你的反应将决定这种客户关系是存还是亡。研究表明那些虽然不满意却不从抱怨的客户中，只有 10%的人今后仍然从该公司购货；而那些抱怨过却仍对结果不满意的客户中有 20%仍是“回头客”；但是对于那些抱怨得到满意处理的客户，90%会继续购买。

7、首应负责制。人们遇到问题，最想要的就是找一个人性化的、面对面的解决方式。在表达了“感谢您告诉我”之后，你最好直截了当地表达你个人的关心，要表现出你个人的、真诚的道歉：“我很抱歉！”而不是“我们很抱歉”来表达你的认同和理解并着手更正产品或服务的问题。

8、永远不要说“我从没听说过此事。”这种话不仅令人讨厌，而且也不是真的。你已经听说过了——就在刚才，这才是客户真正关心的时间。在每一种情况下都要表示出你个人的关心和积极的态度。不要通过告

诉客户“有人比你惨呢”的方式使客户的问题大事化小、小事化了，这不仅会使公司形象受损，而且客户是想要使她自己成为你惟一关注的对象，而你所受到的培训和经验就是为了使你在这件特例中能做好。

9、对你目前所做的努力征求客户意见。通过询问客户意见得到及时反馈，如“我做的是否符合您的要求？”“我告诉您的有用吗？”“这是您想象的吗？”当然还有“我还可以为你提供什么帮助？”

10、确保结果真的令人满意。将客户移交给你的同事后，要电话跟踪确保结果令人满意。只有客户本人才能证明一切都好。你要询问她是否找到了她想要的东西，是否还需要其他的帮助，如果有，再帮忙解决。

11、殊荣只属于昨天。不要自满于昨日辉煌，它只证明了你过去的成绩，你有可能是公司最优秀的，但是今天的客户所关心的是你现在能为他做什么。

12、用“谢谢你！”结束。你不能总是说“谢谢”，要使这句话真正具有感谢的意义，因此要对客户真诚地说：“谢谢你！”因为客户的存在才是你、我或其他任何人拥有这份工作的惟一前提。