

五星级优质客户服务技巧

主讲：曾子熙老师

课程规划说明：

如何脱颖而出，建立核心优势，赢得更大的市场，方法只有一条，关注顾客、关注顾客需要，建立完善的顾客服务体系 and 理念，提高客户服务水平!改变客户服务观念、心态以及对客户的理解等获得客户的认同是取得市场成功的关键。让更多客户对企业产生忠诚度增加客户的满意度;该课程通过生活化的语言和真实的案例来对客户服务的理论、方法、沟通协调技巧，客户服务的执行与落实等进行演绎，并对不同类型客户的服务技巧和和处理客户投诉的方法加以提炼，总结出精辟的见解并升华，寓理念于生活化。学习本课程能说明企业通过提高客户服务水平，获得实实在在的巨大收益，值得每位服务业人员学习和借鉴。

课程目标：

- 一、协助学员如何运用顾客为导向的策略运作技巧，进而提升与顾客达成价值交换的效能。
- 二、知道服务是关系到企业生死存亡的大事，树立为顾客服务的真诚意愿。
- 三、借鉴台湾/新加坡优质的服务理念，如何提高创新服务，服务意识。
- 四、通过体验服务如何让客人得到发自内心的快乐体验。
- 五、全面提升服务水平、减少服务纠纷，经由完整的 MOT 训练(探索-提议-行动-确认)让员工发自内心提升事情处理能力。
- 六、快速掌握处理客户投诉和客户抱怨处理的技巧，从而善于平息客户的不满，提升客户满意度，有效的客户沟通技巧、提高客户满意度。
- 七、建立正确的学习态度，运用卓越的客户关系管理技巧赢得顾客并拥有顾客。
- 八、透过案例分析与演练落实学习效果。

授课风格：

- 一、讲师具有专业魅力的表达技巧，课程活泼具启发性。
- 二、讲师具备各类型课程的规划与讲授的实际经验，实践性强。
- 三、课程内容深入浅出，幽默风趣、见解独到。
- 四、理论与实务兼具，使学习轻松愉快。

五、透过问卷分析及个案解说，轻易掌握课程内容。

六、由实际演练中得到随学即用的效果。

课程特色及方式

一、体验活动导入，身心感受创新，原理深入讲解

二、思维碰撞分享，互动学习参与，迷你案例研讨

三、小组观点竞赛，聚焦中心主题，付诸行动实践

学员对象：员工，基层，中层管理人员

授课时数：2天12小时(9:00-12:00;13:30-16:30)

课程大纲：

第一单元：客户服务从由客户满意出发

一、服务意识与服务质量

1、以客为尊的顾客服务

客户满意的基本原则

服务人员应具备的特质

顾客服务的精神

2、服务质量

「服务」是什么? 什么是「服务」?

服务业的质量定义

服务质量构面

服务质量特性

品质报酬

顾客用以衡量服务质量之属性

质量属性归类表

服务质量环圈

二、客户至上的年代服务理念

1、知识经济的服务质量要求

2、企业服务演进

品质观念的演进

为何须要顾客满意-服务 v.s 利润

3、服务质量的要素

如何判定顾客真正的需求

二维品质的观念

顾客服务的心态调整

三、客户满意与忠诚度

1、客户忠诚度管理

建立客户忠诚度的核心纽带。

确定客户忠诚的评价标准。

保持培育客户忠诚度的管理。

客户流失的预警信息分析。

客户的满意度

2、影响客户满意度的三个原因

产品/服务与客户需求之间匹配的程度(match);

产品/服务本身的质量(quality);

价格(price)。

3、客户的满意度对企业的重要性

4、客户满意度提升与客户服务的密切关系。

5、了解并超越客户的期望才有可能造就客户忠诚

第二单元：如何为客户提供创新的服务方式

一、客户类型(讨论)

二、客户的服务需求分析

1、分析竞争对手提供的服务

2、分析目前客户服务的期望

3、分析客户希望提供的服务

三、制定创新的客户服务形式

1、制定新的高端客户服务形式

2、人性化的

3、超值期望的

4、增值服务

四、客户服务内容的常态化

五、客户服务的流程保障

第三单元：用客户服务心理学为客户提供极致体验

一、什么是客户服务心理学

二、如何创造体念场景(关键时刻)

1、客户只会记得一个个“关键时刻-案例

2、客户对企业的感觉，取决于最后一次的接触-案例

3、要保证每一个“关键时刻”都让客户满意-案例

4、创造让顾客难忘的时刻-案例

5、顾客感到满意，公司才有利润可言-案例

6、服务速度关键时刻比微笑更重要-案例

三、影响顾客体验的因素

1、动机

2、知觉

3、刺激—反应

4、性格

5、态度

6、生活方式

7、文化影响、社会阶层、群体影响

8、购买习惯

四、客户服务心理之范围

1、心理定势与习惯

2、环境与暗示

3、动机与激励

4、从众与领导

五、如何创建的体验式服务

1、感官(Sense)

2、情感(Feel)

3、思考(Think)

4、行动(Act)

5、关联(Relate)

六、通过体验服务如何让客人得到发自内心的快乐体验。

七、客户服务的 M0T-关键时刻行为模式-Moments of Truth

- 1、探询和理解对方的期望
- 2、提议行动并获得认可
- 3、管理行动保证兑现
- 4、确认满足了对方的期望

第四单元：客户服务中沟通技巧

一、优质沟通的基本技巧

- 1、倾听的艺术
- 2、表达的技巧

语言表达的技巧

非语言表达的技巧

超语言表达的技巧

- 3、回馈的方式

同理心的运用

尊重的遣辞用语

二、专业化的电话服务技巧训练

语音、语调、语速

重音、停顿、节奏

吐字、语气、态度、

客户对电话语言的感知效果

三、客户服务人员的基本操作流程与技巧

职业化的电话应答技巧

快速应对

提升客户对你的正面感知

及时判断客户需求技巧

不同行为风格客户的主导需求及应对

四、专业电话客户服务的技巧

态度热情活力

语气在交际中的重要性

倾听的礼仪

如何让客户等待

如何记录留言

如何巧妙的回到主题

如何让你的电话留为美好回忆

训练模拟

五、与客户沟通的策略步骤及技巧

事前准备

确定需求

阐述观点

处理异议

达成协议

共同实施

六、客户服务中的沟通技巧

客户服务的 3A 技巧

态度-Attitude (礼仪)

方法-Approach(语言)

表现-Appearance(外观)

语言表达技巧

选择积极的用词与方式

善用“我”代替“你”

客户服务沟通中的询问技巧

客户服务沟通中的倾听技巧

客户服务沟通中的回答技巧

客户服务沟通中的引导技巧

客户服务中的沟通技巧

如何让自己的声音更有魅力

发问技巧和倾听技术

认同心和快速理解

有效聆听的准则

突破障碍

人际交往技巧

处事技巧

高效沟通的步骤

做一个好听众

七、客户服务中冲突解决技巧

相互依赖性-冲突形成的客观基础

彼此间的差异性-冲突形成的直接原因

处理冲突的5种行为风格

冲突解决的方法

官方命令;沟通与谈判

第三方干预;

目标与知识共享

冲突的调解技巧

八、案例研讨练习与客户的沟通

第五单元：客户投诉与客户抱怨处理技巧

一、客户抱怨的内容(讨论)

产品本身

处理过程

员工态度

二、客户抱怨处理的方法(演练)

常见客户抱怨与异议的原因

有效处理客户抱怨的好处

处理客户抱怨的原则

处理客户抱怨的步骤

处理客户抱怨的具体做法

避免客户抱怨的自我检视

三、客诉处理应有的礼仪与应对话术

正向积极的心理建设

完美服务的二大要素

合宜贴心的服务技巧

接待客户基本用语

优质服务表现的要点

令人遗憾的服务偏差观念

满意服务应有的理念

四、处理客户投诉和抱怨的技巧

完美的服务弥补;

弹回式服务弥补技巧

尽最大努力让客户满意”是处理客户抱怨的积极态度

掌握有效授权一线同事处理投诉的原则

欢迎投诉、方便投诉和奖励投诉

五、掌握有效抚慰情绪高度激动客户的方法

开放式问题发泄情感

复述问题表示理解

提供方案给予帮助

达成处理协议

检查协议的执行

始终使客户处在受控状态(受理时间和过程感知)

六、角色扮演：变抱怨客户为忠诚客户

第六单元：客户维护与管理

一、运用营销的思维做客户服务-服务营销

二、如何在开发新客户同时维护好老客户

三、客户维护与管理的四个核心技巧

选择顾客(Select Customers)技巧

争取顾客(Acquire Customers)技巧

保有顾客(RetaiCustomers)技巧

发展顾客关系(Grow relationships with customer)技巧

四、建立主要客户管理制度

客户管理制度设计准则

客户团队组织及支持体系

客户导向的作业流程

公司资源的整合与调动

五、案例研讨