

《卓越服务管理》

培训对象：企业中高层服务管理者

培训课时：2天

课程特色：

客服管理的MBA课程

课程所包含的十个模块内容，全景展示了企业客户服务管理的工作内容，涉及服务体系搭建、服务流程管理、服务产品创新、服务运营管理、关键客户管理、服务质量监控、服务团队管理、投诉系统管理等核心内容，使学员能够通过两天的学习，全面系统的掌握客户服务管理的步骤和方法。使学员的客户服务管理水平提升到一个全新的高度。

全行业的适用性课程

任何企业只要有客户，就会有服务，本课程内容源自于不同行业中的服务标杆企业的成功经验分享，课堂上的案例分析，涉及航空业、房地产、银行业、保险业、证券业、IT业、运营商、汽车制造、工程机械、家电制造、零售百货等多个主流行业，无论您来自制造业还是服务业，无论您的服务对象是个人客户还是企业客户，您都将在课程中学到针对性的管理知识、找到解决企业个性问题的方法和答案。

课程大纲：

模块一：服务管理理论

- 一、不同行业的服务内涵分析
- 二、服务与产品的差异性分析
- 三、服务的客户感知纬度分析
- 四、服务的企业价值和重要性

模块二：客户预期管理

- 一、客户满意度的构成理论
- 二、客户预期管理的重要性
- 三、客户预期前置管理策略
- 四、客户成熟度的培养计划

模块三：服务触点管理

- 一、服务流程的客户感知标准
- 二、客户接触界面平台的构建
- 三、客户体验与关键时刻管理
- 四、服务触点的人员管理要点

模块四：服务支撑管理

- 一、后台支撑对服务响应的重要性
- 二、前后服务管理体系的构建原则
- 三、对后台支撑的扁平化管理策略
- 四、强化后台服务支撑的有效工具

模块五：服务产品设计

- 一、服务产品设计的理念
- 二、市场定位及需求分析
- 三、服务创新的思维模式
- 四、服务产品的延伸设计

模块六：客户关系管理

- 一、客户忠诚度界定标准分析
- 二、客户关系管理的价值分析
- 三、个人客户群体的维护策略
- 四、企业客户关系的维系策略

模块七：服务品牌管理

- 一、服务可视化的重要性
- 二、服务品牌的设计理念

三、服务的宣传造势方法

四、打造企业服务竞争力

模块八：服务质量管理

一、服务质量监督对于企业的重要性

二、服务质量监控的关键节点和指标

三、如何用好客户满意度的评估工具

四、怎样合理设计服务质量考核机制

模块九：客户投诉管理

一、如何看待投诉对于企业的影响

二、投诉管理体系构建的四个原则

三、客户投诉处理的关键步骤技巧

四、如何处理过度维权客户的投诉

五、如何避免和应对客户升级投诉

模块十：服务团队管理

一、服务团队年轻化趋势分析

二、服务团队管理的常见误区

三、如何减少服务团队流失率

四、营造服务团队的和谐氛围

五、如何激发和保持服务热情