

## 服务决胜未来系列 – 客户服务经理（总监）强训营

### 课程大纲

针对行业

通用

### 培训对象

企业中高层客户服务管理者

### 课程收益

《强训营》能够为以下问题带来答案：

- 1、服务的同质化竞争越来越明显。
- 2、八零后、九零后员工越来越难管理。
- 3、领导口头重视服务、行动上不给资源支持。
- 4、服务始终是成本，无法通过服务直接创造利润。
- 5、客户忠诚度越来越低，老客户流失率不断在增加。
- 6、客户期望值越来越高，对处理结果不满意的客户不断的越级投诉。
- 7、后台支撑部门对客户问题重视程度不够，解决问题效率低下，服务部门和后台部门常常有矛盾，难以相处。

### 课程大纲

**课程组合：**

本模块课程可以与服务未来系列另外两个课程《投诉管理》《服务战略》

组合学习

**课程特色：**

### **1、客服管理的 MBA 课程**

强训营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，使学员能够通过三天的学习，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。

### **2、全行业的适用性课程**

任何企业只要有客户，就会有服务，强训营的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，您都将在我们的强训营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。

### **3、颠覆传统的培训模式**

(1)传统培训学习的弊端：

培训的最终目的是为了改变，学员参加培训学到知识、得到启发，带着许多变革的想法回到工作岗位后，繁忙的工作、领导的不重视、其他部门的不配合、积重难返的问题……，最终，一切又回到原点，之前的那些美好愿望被束之高阁，这是许多参加过传统培训的学员的共同感受。

据统计，从学习认知到个体行为的改变，其效果会损失 90%，再到群体行为的改变，其效果又损失 90%左右，也就是说，传统培训的效果，大

约只有预期效果的 1% 左右。这是传统培训效果不明显的主要原因。

## (2) 培训后一年跟进辅导：

培训结束后，在规定时间内，学员向老师提交详细的服务改进计划；在为期一年的时间里，学员可以将服务改进计划实施的具体情况，以半年度、年度服务总结报告的形式，提交给老师，老师将给予一对于的书面指导和电话咨询，帮助学员总结分析难点问题，为第二年的服务改进计划提供意见参考。根据学员具体需求，也可为企业提供现场辅导：

## 课程大纲：

### 第一天

#### 强训营开营式：

- 一、行动学习模式的导入
- 二、行动学习的六个要素
- 三、行动学习的六个角色
- 四、解决问题的工具方法
- 五、强训营工作团队组建

#### 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
- 二、客户体验与关键时刻管理
- 二、服务触点的人员管理要点

## **第二天白天：**

## **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、服务产品化的重要性
- 二、服务产品设计的理念
- 三、市场定位及需求分析
- 四、服务创新的思维模式

## 五、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

## 第三天白天：

### 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
- 五、服务监督如何真正改进服务质量

### 模块九：客户投诉管理

- 一、如何看待投诉对于企业的影响

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、服务人员的特性需求分析

三、服务团队管理的常见误区

四、营造服务团队的和谐氛围

五、如何减少服务团队流失率

六、如何激发和保持服务热情

### **强训营闭营式：**

一、创新解决方案分享

二、创新解决方案评选

三、优秀行动计划分享

四、优秀行动计划评选

五、优秀团队评选颁奖