

《VIP 客户关系维系技巧》【运营商版】

培训对象： VIP 客户维系岗位相关人员

培训课时： 2 天

课程特色：

《中国联通 VIP 客户经理顾问式服务技巧》能够为以下问题带来答案：

3G 时代，超高流量、话费争议、网络信号差、SP 信息费等客户投诉率明显增高。合约计划续约成功率低，客户主动降套餐、导致 VIP 客户流失严重。VIP 客户经理队伍人员缺乏，VIP 客户群体数量庞大，维系效果差。

1、课程内容的针对性

本门课程是由中国联通集团和联通学院 2012 年年末牵头开发的，专门针对中国联通 VIP 客户维系岗位工作规范的定制化课程，2013 年全国推广培训。课程内容完全贴近 VIP 客户经理的日常工作。面对联通 VIP 客户维系工作目前遇到的具体问题，针对性的导入工作思路、解决策略和行为规范技巧。

2、课程内容的前瞻性

紧密结合 3G 时代通信行业的变化特点，在移动互联网时代大潮席卷来临之际，VIP 客户维系工作如何从传统的被动服务和主动关怀向围绕着客户移动数据业务需求展开客户价值挖掘。为 VIP 客户维系工作的现在和未来指明方向。

课程大纲：

第一部分：角色认知篇

第一章：中国联通核心竞争力分析

第一节：3G 时代的行业竞争现状

第二节：3G 所带来的压力和挑战

第三节：3G 时代的制胜关键因素

第二章：VIP 客户经理的角色转化

第一节：VIP 客户经理的职责使命

第二节：VIP 客户经理的工作挑战

第三节：VIP客户经理的角色转化

第三章：顾问式服务的定义和内涵

第一节：顾问式服务的定义与核心理念

第二节：顾问式服务心态——积极主动

第三节：顾问式服务思维——双赢沟通

第四节：顾问式服务效能——高效沟通

第二部分：服务技巧篇

第一章：VIP客户需求与群族分析

第一节：VIP客户的满意度纬度分析

第二节：VIP客户的期望值管理

第三节：VIP客户服务需求分析

第四节：VIP客户的信息数据分析

第二章：基于期望值管理的顾问式响应服务

第一节：客户对于服务响应的衡量标准

第二节：影响客户服务感知的关键环节

第三节：顾问式响应服务流程的四个步骤

第四节：如何赢得客户的信赖好感

第五节：如何赢得客户的双向理解

第六节：如何帮助客户解决好问题

第七节：如何赢得客户最终的满意

第八节：有效应对客户抱怨的沟通技巧

第九节：处理客户投诉的关键步骤技巧

第十节：如何识别预防客户的投诉升级

第三章：VIP 客户的顾问式关怀服务

第一节：如何提升客户的忠诚度

第二节：VIP 客户管理价值分析

第三节：主动关怀关键时刻把握

第四节：客户关怀中的障碍应对

第四章：基于客户价值的顾问式专家服务

第一节：VIP 客户的价值挖掘分析

第二节：阻碍客户价值提升的障碍

第三节：用数据分析锁定目标客户

第四节：价值挖掘目标客户的画像

第五节：类应用的客户族群分析

第六节：客户价值挖掘的策略方法

第七节：VIP 客户的延伸价值挖掘