

《VPN 服务经理：服务促营销技巧》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【授课对象】

客户经理

【课程大纲】

(领导开训:强调学习的意义和纪律)

导言、关于学习的效率及学习方法分析

头脑风暴：您碰到哪些关于服务、沟通、营销等方面的难题？每人提出工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中巧妙地穿插，分析。

第一章、服务沟通礼仪与技巧 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

一、易取得顾客信任的沟通话术

- (一) 自报身份
- (二) 热情问候
- (三) 温馨祝福
- (四) 客户咨询

二、沟通礼仪与技巧

- (一) 电话沟通礼仪与技巧
- (二) 邮件沟通礼仪与技巧
- (三) 上门拜访沟通礼仪与技巧

三、客户关系维护的技巧与礼仪

- (一) 高端客户喜好分析
- (二) 现代客户关怀工具的使用技巧与礼仪
- (三) 与客户礼尚往来技巧与礼仪
- (四) 沟通频率与质量
- (五) 如何投其所好传授信息
- (六) 热门信息传递技巧
- (七) 利益满足
- (八) 精神情感满足
- (九) 替代性地满足核心需求 (解决核心问题)
- (十) 事业发展满足
- (十一) 巧妙请求技巧
- (十二) 唯一的依靠

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第二章、二次营销技巧 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

一、营销的两个关键点：利与情

二、客户需求挖掘技巧

- (一) 入门版：直接陈述引导
- (二) 初级版：提问引导技巧
- (三) 中级版：制造痛苦引导技巧
- (四) 高级版：SPIN 技巧
- (五) 最佳版：SPIN+三明治+委婉提醒

三、产品推介的法宝

- (一) 数据对比法
- (二) 从众心理法
- (三) 制造痛苦法
- (四) 限时限量法
- (五) 利弊分析法
- (六) 委婉提醒法
- (七) 体验呈现法

四、异议处理技巧

五、促成技巧

- (一) 假设成交促成法
- (二) 体验营销促成法
- (三) 步步为营促成法
- (四) 适度让步促成法
- (五) 利弊分析促成法
- (六) 请求成交促成法

示范指导、模拟练习

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章、客户不满抱怨投诉处理技巧(案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

一、快速分析投诉产生的真实原因

- (一) 客户心理不健康
- (二) 客户期望值高
- (三) 客户不理解我们工作流程和工作要求
- (四) 服务人员态度、服务沟通技巧、分析能力待提高
- (五) 已给客户造成损失

二、快速确认投诉的真实目的

- (一) 求发泄不满的心理
- (二) 求尊重公平的心理
- (三) 求补偿损失的心理
- (四) 求尽快解决问题的心理
- (五) 恶意投诉心理

三、客户性格心理分析及处理技巧

- (一) 和平型
- (二) 力量型
- (三) 活泼型
- (四) 完美型

四、非补偿型难缠客户心理分析

- (一) 客户为什么会粗鲁无理？

- (二) 客户为什么会夸大其词？
- (三) 客户为什么会做出一些让人难以接受的行为？
- (四) 为什么我们做了很多的解释客户不听？
- (五) 为什么好像我们说的很多实际的客观的话，客户都认为不对？

五、补偿型难缠客户心理分析

- (一) “合理补偿型”客户心理分析
- (二) “巨额非合理补偿型”客户心理分析
- (三) 客户要求向媒体报曝光的心理分析
- (四) 客户为什么提出要补偿？
- (五) 他的真实目的是什么？

六、客户抱怨投诉常见处理技巧

- (一) 处理客户投诉宗旨：客户满意最大 VS 公司损失最小
- (二) 处理投诉的要诀：先处理感情，再处理事情；
- (三) 避免 20 种错误处理顾客抱怨的方式
- (四) 客户抱怨投诉处理的步骤

七、委婉地解释和说明公司规定的技巧、降低客户期望值

- (一) 委婉提醒法
- (二) 巧妙诉苦法
- (三) 巧妙请教法
- (四) 同一战线法
- (五) 利弊分析法
- (六) 温馨提示法
- (七) 宣传提醒法
- (八) 上级权利法
- (九) 体验呈现法
- (十) 举例说明法
- (十一) 提问引导法
- (十二) 摩托罗拉法

八、及时安抚客户情绪技巧

- (一) 语言技巧
- (二) 行为技巧
- (三) 三换原则

九、客户抱怨投诉处理技巧

“三明治”+提问引导技巧

- 第一层---积极情感（正能量）：鼓励、肯定、赞美、理解、关心
- 第二层---核心问题（解决投诉）：建议、指正、要求、询问、引导
- 第三层---积极情感（正能量）：鼓励、肯定、赞美、希望、关心

十、当我们无法满足客户的时候…

- (一) 替代方案
- (二) 巧妙示弱
- (三) 巧妙转移
- (四) 摩托罗拉
- (五) 巧妙的降低客户期望值
- (六) 此消彼长利弊分析

(七) 正能量激励

(八) 心理满足+情感关怀

十一、反复投诉、恶意投诉、补偿型投诉应对 22 大策略

(一) 资源整合策略

(二) 同一战线策略

(三) 攻心为上策略

(四) 巧妙诉苦策略

(五) 限时谈判策略

(六) 丢车保帅策略

(七) 上级权利策略

(八) 利弊分析策略

(九) 黑白脸配合策略

(十) 威逼利诱策略

(十一) 息事宁人策略

(十二) 快刀斩乱麻策略

(十三) 欲擒故纵策略

(十四) 团队配合策略

(十五) 情感拉拢策略

(十六) 步步为营策略

(十七) 先发制人策略

(十八) 虚实结合策略

(十九) 迂回曲折策略

(二十) 疲惫战术策略

(二十一) 最后通牒策略

(二十二) 以柔克刚策略

十二、升级投诉、疑难投诉处理策略

(一) 解决核心问题

(二) 代替性解决策略

(三) 此消彼长利弊分析

(四) 运用法律知识

(五) 借用人性情感

短片观看及案例分析：

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第四章、难题解答 (短片观看、头脑风暴、案例与分析讨论、模拟演练)

一、工作难题分析解答与实操训练

(一) 服务难题分析与解答

(二) 二次营销难题分析与解答

(三) 客户抱怨投诉难题分析解答

二、难题分析与解答

(一) 如何进行客户关系维护

(二) 如何进行 VPN 群的经营

(三) 如何降低离网率

(四) 如何提高用户使用流量

(五) 如何提高客户满意度？

示范指导、模拟演练

就学员提出的难点进行示范讲解、模拟演练、分析点评

课程结束：

一、重点知识回顾

二、互动：问与答

三、学员：学习总结与行动计划

四、企业领导：颁奖

五、企业领导：总结发言

六、合影：集体合影