

《电信VIP客户服务经理技能提升培训》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【授课对象】

电信运用商VIP客户服务经理

【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、现场管理、服务营销等问题？每人提 1-2 个问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、演练。

第一章、VIP 客户经理服务技能篇（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、了解VIP 顾客

(一) VIP 顾客的价值体现

(二) 顾客金字塔模型

(三) VIP 客户是什么样的客户？

(四) 描绘你心目中的王子形象

(五) 运用顾客金字塔模型对顾客分类管理

二、了解顾客满意度

(一) 怎样进行顾客满意度调查？

(二) 神秘顾客调查法——从内部找出服务问题

(三) 顾客满意调查总结——四分图模型

案例：联想的“五心服务”

三、VIP 客户服务经理的能力提升

(一) 游戏：客户到底要买什么？

(二) 分享：服务代表的的能力

(三) A--AuthorityAction

(四) E--Education

(五) H--Humor

(六) L--Listen

(七) N--Needs

(八) P--Passion

(九) S--ServiceSmartSmile & Speech

(十) 分享：客户服务代表的素质---3H1F

四、VIP 客户服务经理的基本素质训练

(一) VIP 客户服务经理的基本职责

(二) VIP 客户服务经理的基本素质

(三) VIP 客户销售经理的职责

(四) VIP 客户销售经理管理工作的要点

案例：UT 斯达康 VIP 客户管理

分享：VIP 客户管理的“秘笈”五式

案例：盛田昭夫如何笼络 VIP 客户？

案例：大卫奥格威的 VIP 客户管理之道

五、VIP 客户经理的职业形象管理

(一) 肢体语言礼仪：无声胜有声

(二) 表情礼仪：微笑是世界共通语

(三) 语言礼仪：你一开口,我就能了解你

(四) 成功着装礼仪：服饰写满社会符号

(五) 妆容礼仪：化妆就是给脸穿上衣服

(六) 微笑训练：微笑是世界共同语

六、VIP 客户沟通技巧

(一) 寒暄的艺术

(二) 摸清 VIP 客户需求：不急着介绍产品

(三) 倾听的技巧：配合肢体语言

(四) 换位思考：站在 VIP 客户的角度上思考

(五) 老鹰式的沟通：销售员对人性的理解，对人的个性及时掌握

(六) 不知不觉融入 VIP 客户销售：及时确认需求并介绍产品与服务，签订定单

七、如何“零距离”服务 VIP 客户？

(一) 缩短服务环节的时间

(二) 加大主动服务频次

(三) 建立有效的 VIP 客户反馈机制

八、VIP 客户满意服务实战技巧

(一) 站在顾客立场考虑

(二) 无微不至的服务和关怀

(三) 待人以诚

(四) 吃亏是福

(五) 定期探访、了解需求

(六) 员工相互学习、共同进步

(七) 处理顾客投诉的技巧

(八) 情报收集和反馈

九、VIP 客户的公关策划与实施

(一) 如何调查客户的背景？

(二) 如何观察客户的爱好？

(三) 如何投其所好？

(四) 团队公关策划与实施

(五) 如何分析客户的需求？

(六) 如何满足客户的需求？

(七) 实战案例分析

十、构建一流的 VIP 客户服务体系

(一) 分享：优化服务流程

(二) 不同意义下的服务流程含义

(三) 服务流程优化的主要途径和要点

- (四) 案例分析：海尔服务模式
- (五) 我的行为如何影响服务标准？
- (六) 影响服务质量控制的四个环节
- (七) 服务标准提升与完善的机制保障
- (八) 服务质量评估的基本方法

示范指导、模拟演练

以学员提出的案例进行分析讨论、模拟演练

第三章、VIP 经理客户管理篇 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)

一、永远将焦点放在 VIP 客户身上

- (一) 80/20 法则
- (二) 10/30/60 法则
- (三) 999 朵玫瑰送给谁？

(四) 让 VIP 客户做免费推销员

案例：通用汽车公司的信用卡计划

二、VIP 客户的价值测算

- (一) 开拓新客户与维系老客户的价值对比
- (二) 忠诚客户的价值分析
- (三) 高/中/低价值客户以及集团客户价值分析
- (四) 客户的终身价值与在网价值
- (五) 案例剖析：某市通信公司这样估算其顾客流失成本

三、VIP 客户满意度与忠诚度管理

- (一) 从忠诚客户到客户忠诚。
- (二) 确定客户忠诚的评价标准。
- (三) 客户流失的预警信息分析。
- (四) 保持培育客户忠诚度的管理。

案例研讨：中国移动客户满意度分析

四、如何提高 VIP 客户忠诚度？

- (一) 收益与收费双赢
- (二) 强化客户识别体系
- (三) 平衡个人利益与客户利益
- (四) 专业态度、个性服务；快速反应、及时修正。

案例分析：国际电信企业八个角度提升顾客忠诚度

五、VIP 客户关系管理四个层次

- (一) 基本数据共享
- (二) 业务协同
 1. 确保实际提供与承诺的一致性
 2. 创造以客户为中心的文化
 3. 减少客户流失率和延长与客户的关系
 4. 设计个性化的忠诚计划
 5. 对高价值的客户投入额外的精力

(三) 进行业务流程重组

(四) 商业智能

六、VIP 客户的管理和维护

- (一) 建立与顾客的良好关系

(二) 服务品质体系和管理

(三) 抱怨投诉接待技巧

(四) 与VIP客户的互动

分享：CRM就是LGD(Lunch-午餐、Golf-高尔夫、Dinner-晚餐)？

七、处理VIP客户投诉的技巧

(一) 2、客户投诉产生的好处

(二) 3、处理升级投诉的技巧

(三) 4、处理疑难投诉的技巧

(四) 7、弹回式服务弥补技巧

(五) 9、分享：处理VIP顾客投诉的诀窍

(六) 14、移动客服案例剖析：投诉是这样升级的

八、VIP客户流失的原因与客户类型分析

(一) 硬件原因分析：网络信号、增值服务、品牌美誉度

(二) 软件原因分析：营业服务、投诉处理、顾客关怀

(三) 钻、金、银不同客户类型的相应表现

案例：广东电信针对钻、金、银客户挽留举措经验总结

九、VIP客户维系与挽留的关键问题与技巧

(一) 预防、维系与挽留三管齐下

(二) 客户人文关怀的实施

(三) 客户挽留电话服务前准备

(四) 客户挽留开场白技巧

(五) 客户离网原因探询技巧

(六) 事实澄清技巧

(七) 行动建议技巧

广东电信案例：离网客户数据库建立是离网挽回体系的根本保障

十、如何管理理想“跳槽”的VIP客户？

(一) VIP客户“跳槽”的征兆有哪些？

1. VIP客户正在“分羹”给更多的企业
2. VIP客户正在实施企业发展战略调整
3. VIP客户公开宣布调整采购模式
4. 渠道冲突出现而又难于平抑

(二) VIP客户为何要叛离？

1. 第一方面：不可控因素
2. 第二方面：可控因素

(三) 如何防止VIP客户叛离？

1. 一个沟通（与VIP客户始终保持深度沟通）
2. 二个一致
 - a、与VIP客户对产品的需求保持一致
 - b、与VIP客户的企业发展战略保持一致

(四) 四个保证

1. 保证产品质量
2. 保证服务质量
3. 保证物流顺畅
4. 保证利益最大化

分享：防止VIP客户叛离的10种武器

十一、电信VIP客户服务经理技能提升培训总结

示范指导、模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、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