

《通信：电话经理综合素质提升》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【授课对象】

营业厅经理

【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。

一、案例：无理的顾客与无奈的客服

二、案例：她为何为难通信营业人员

三、导入现场管理的重要性

第一章、客户生日时电话问候及简单业务办理（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、客户生日问候

(一) 自报身份

(二) 热情问候

(三) 温馨祝福

(四) 客户咨询

二、简单业务办理

(一) 客户咨询

(二) 必要分析

(三) 确认办理

(四) 业务办理

(五) 说明提示

(六) 总结祝福

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、积分兑换及重要优惠活动营销技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、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) 提问引导

(四) 利益呈现

二、客户需求引导与制造技巧

- (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) 免费体验法
- (二) 视觉呈现法
- (三) 数据对比法
- (四) 从众心理法
- (五) 关键人物法
- (六) 制造痛苦法
- (七) 限时限量法
- (八) 利弊分析法
- (九) 委婉提醒法
- (十) 海量营销法

四、当竞争对手产品品牌优势、赠品更多时，价格更低、我们该如何呈现产品更有利？

- (一) 资源整合策略
- (二) 替代方案策略
- (三) 此消彼长利弊分析策略
- (四) 迂回曲折策略
- (五) 培养客户对竞争对手不满意
- (六) 习惯培养策略
- (七) 无风险体验策略
- (八) 从众心理策略

五、异议处理与促成技巧

六、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、模拟演练

以学员提出的案例进行分析讨论、模拟演练

第三章、客户离网挽留技巧 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)

一、客户保有策略

- (一) 降低客户期望值
- (二) 比竞争对手服务好
- (三) 业务深度捆绑
- (四) 资金深度捆绑

二、分析客户离网倾向

三、离网心理分析

- (一) 资费不满

- (二) 网络不满
- (三) 欠费销号
- (四) 功能不满
- (五) 服务失误
- (六) 投诉抱怨处置不当
- (七) 客户工作生活变动
- (八) 竞争对手强挖

四、客户关怀

- (一) 询问原因
- (二) 解释后果
- (三) 提出解决方案
- (四) 代表公司致谢/致歉

五、客户挽留策略

- (一) 此消彼长利弊分析
- (二) 制造客户离网的痛苦
- (三) 优惠呈现
- (四) 资费分析
- (五) 增值服务
- (六) 替代方案
- (七) 巧妙地让客户对竞争对手不满
- (八) 巧妙地呈现我司的核心价值
- (九) 影响并更改客户的采购评价指标

六、针对不同原因离网的客户挽留策略

- (一) 喜欢电信 E8
- (二) 喜欢苹果
- (三) 喜欢竞争对手超高网速
- (四) 喜欢竞争对手超低价格
- (五) 因为校讯通等业务换手机号
- (六) 因为企业配备而换手机号

就学员提出的五个投诉难题进行示范讲解、模拟演练、分析点评

第四章、客户投诉处理技巧(案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

一、快速确认抱怨投诉的真实目的

- (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) 突显自我价值的心理
- (五) 贪心、贪小便宜的心理
- (六) 求尽快解决问题的心理
- (七) 恶意抱怨投诉心

二、客户抱怨投诉常见处理技巧

- (一) 处理客户抱怨投诉宗旨：客户满意最大 VS 公司损失最小
- (二) 处理抱怨投诉的要诀：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

三、抱怨投诉处理的步骤

- (一) 预防为主、避免问题
- (二) 耐心倾听、表达立场
- (三) 安抚客户、认真记录
- (四) 询问客户、发现问题
- (五) 认真取证、分析责任
- (六) 巧妙诉苦、降低期望
- (七) 替代方案、解决问题
- (八) 后续跟进、适当补救

四、 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

五、 客户抱怨抱怨投诉处理语言技巧：三明治+提问引导技巧

六、 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) 巧妙地降低客户期望值
- (六) 此消彼长的利弊分析

七、 反复抱怨投诉、恶意抱怨投诉、补偿型抱怨投诉应对 22 大策略

- 1、资源整合策略
- 2、同一战线策略
- 3、攻心为上策略
- 4、巧妙诉苦策略
- 5、限时谈判策略
- 6、丢车保帅策略
- 7、上级权利策略
- 8、利弊分析策略
- 9、黑白脸配合策略
- 10、威逼利诱策略
- 11、巧妙借力策略
- 12、快刀斩乱麻策略
- 13、欲擒故纵策略
- 14、团队配合策略

- 15、情感拉拢策略
- 16、步步为营策略
- 17、先发制人策略
- 18、虚实结合策略
- 19、迂回曲折策略
- 20、疲惫战术策略
- 21、最后通牒策略
- 22、以柔克刚策略

八、 升级抱怨投诉、疑难抱怨投诉处理策略

- (一) 解决核心难题
- (二) 替代性解决策略
- (三) 此消彼长利弊分析
- (四) 运用法律知识
- (五) 借用人性感情

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