

《招商银行:客户服务满意度提升》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【授课对象】

大堂经理，柜员，客户经理等全体天员工

【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：您碰到哪些关于客户服务、沟通与商务礼仪等方面的难题？每人提出自己工作中难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。

第一章、银行业服务新理念（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、为什么要让顾客满意

(一) 我们的工资由谁付？

(二) 什么是移动行业生存的根本？

(三) 移动服务面临的挑战；

(四) 在产品同质化的今天，我们靠什么赢得市场？获取利润？

二、影响储户服务效果的几大因素

(一) 利益

(二) 感情

(三) 方便

(四) 业绩

三、客户满意度的三个层次

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、大堂经理优质服务提升客户满意度（短片观看、案例分析、图片观看、模拟演练、分析讨论）

一、如何对不同类型的客户进行识别分流

二、四大技巧快速判断客户服务需求：看、听、问、思

三、大堂经理优质客户服务的四个基本阶段：□

(一) 接待客户

(二) 理解客户

(三) 帮助客户

(四) 留住客户

四、关注接待客户

(一) 客户进门时关注

(二) 客户等候时关注

(三) 客户离开时关注

五、通过服务接待提升客户满意度礼仪

- 1、通过迷人的形象提升客户满意度
- 2、通过优雅的举止提升客户满意度
- 3、通过灿烂的笑容提升客户满意度
- 4、通过专业耐心的业务指导提升客户满意度
- 5、通过平等的交流，提升低端及中老年客户的满意度
- 6、通过表扬赞美认可提升客户满意度
- 7、通过关心关怀提升客户满意度
- 8、通过等待区疏导分流提升客户满意度
- 9、通过自助设备区指导帮扶提升客户满意度
- 10、通过规劝大堂大声喧哗的人提升客户满意度
- 11、通过假币识别教育提升部分客户满意度

案例分析：两个小动作，换来大业务

第三章、各岗位优质服务柜员提升客户满意度（短片观看、案例分析、图片观看、模拟演练、分析讨论）

一、案例分析：美国小银行柜员的客户优质服务三个案例分析

二、柜员优质服务提升客户满意度

(一) 柜员标准规范的服务流程提升客户满意度？

(二) 通过推荐贴心的业务提升客户满意度

(三) 通过良好舒心的语言提升客户满意度

(四) 如何让客户感知到我们优质服务

三、客户经理、理财经理优质服务提升客户满意度

(五) 客户经理标准规范的服务流程提升客户满意度？

(六) 通过推荐贴心的业务提升客户满意度

(七) 通过良好舒心的语言提升客户满意度

(八) 如何让客户感知到我们优质服务

第四章、客户满意度提升的几项关键指标的满足（短片观看、案例分析、图片观看、模拟演练、分析讨论）

一、利益满足

(一) 如何帮助客户理财增值？

(二) 如何推荐适合客户的省钱业务？

(三) 针对风险级别低的客户，如何组合业务给客户？

(四) 对于风险级别低，且收益期望值高的客户，如何组合业务给客户？

(五) 目前行情下，基金、保险还能推荐吗？如何推荐？

(六) 当情国风下，能否给客户赠品？如何给，客户满意？

(七) 如何降低给予赠品的风险？及赠品成本？

(八) 当他行赠品多返利多时，且我行资源规定不允许时，我行如何操作，提升客户满意度？

二、精神情感心理满足

(一) 精神情感心理满足的重要性及意义

(二) 案例分析 1：高价值客户为何天天到银行来投诉？ ---客户需求分析及解决技巧

(三) 案例分析 2：珠海某全职太太投诉案例分析？ ---客户需求分析及解决技巧，为何此客户愿意办理上千万元的保险？

(四) 案例分析 3：银行大堂里没事找茬型 1 元哥故事背后的故事 ---客户需求分析及解决技巧

(五) 案例分析 4：贴心大堂经理的成功之道 ---她为何成为人人喜欢的大堂兼理财经理

- (六) 客户精神情感心理满足的类型
- (七) 空虚型客户心理满足技巧
- (八) 孤独型客户心理满足技巧
- (九) 无安全感客户心理满足技巧
- (十) 受伤型客户心理满足技巧
- (十一) 职场压力型客户心理满足技巧
- (十二) 全职太太型客户心理满足技巧

三、 感情友谊满足

- (一) 感情友谊满足的重要性及意义
- (二) 案例分析 1：无聊客户为何常跑银行？ ---客户需求分析及解决技巧
- (三) 社会现象案例 2：交友网站、交友俱乐部的盛行分析
- (四) 社会现象案例 3：老年保健品、保健仪器的销售之道
- (五) 社会现象案例 4：人为何越来越孤独？
- (六) 受欢迎的人类型分析
- (七) 空巢老人需求的朋友类型分析
- (八) 全职太太需求的朋友类型分析
- (九) 高级职位孤独者需求的朋友类型分析
- (十) 财务人员需求的朋友分析
- (十一) 民营企业家需求的朋友分析

四、 方便快捷满足

- (一) 哪些业务让客户更方便快捷？
- (二) 如何推荐这些业务让客户更满意

五、 提升工作业绩满足

- (一) 提升工作业绩的重要性及意义
- (二) 案例分析 1：亿万元“法人理财”销售背后的故事？ ---客户需求分析及解决技巧
- (三) 案例分析 2：企业高版网银推荐的案例分析
- (四) 为何此贷款不成功？ 企业复杂人际关系与微妙心理需求分析
- (五) 空巢老人为何需要证明自己？
- (六) 全职太太需要的证明
- (七) 财务人员需要如何提升工作业绩？
- (八) 民营企业家的需求分析

第五章、客户抱怨投诉处理（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、难缠客户常见处理技巧

- (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

二、客户思维引导技巧

三、委婉地解释和说明公司规定的技巧

- (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

四、及时安抚客户情绪技巧

- (一) 语言技巧
- (二) 行动技巧
- (三) 三换原则

五、巧妙降低客户期望值技巧

六、客户难缠处理技巧:三明治+引导技巧

七、当我们无法满足客户的时候…

八、反复投诉、恶意投诉、群体冲突应对 22 大策略

九、升级投诉、疑难投诉处理策略

十、面对恶意投诉、补偿型投诉、群体投诉的处理流程与技巧

短片观看及案例分析：某超市：排队买单耽误时间，要求赔偿巨额损失费

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

第六章、客户满意度与忠诚度提升（案例分析、短片观看、图片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴）

一、如何抢走竞争对手的客户？

- (一) 不抵毁竞争对手
- (二) 多宣传自身近期的业绩
- (三) 不作推销
- (四) 体现你对行业的理解
- (五) 多引导对方说出使用情况和潜在需求

二、如何提高客户服务的满意度？

- (一) 客户服务的基本原则与要求：共性服务原则、个性服务原则
- (二) 何谓客户满意度
- (三) 客户满意度由谁决定？
- (四) 提高客户满意度的关键

三、何谓客户忠诚度？

四、我们为什么需要客户的忠诚？

五、客户忠诚的类型 (一) 垄断忠诚 (二) 惰性忠诚 (三) 方便忠诚 (四) 潜在忠诚 (五) 利益忠诚 (六) 激励忠诚 (七) 超值忠诚

六、客户满意度 VS 客户忠诚度 (一) 客户满意度的主要影响因素 (二) 客户忠诚度的主要影响因素 (三) 客户满意度的衡量指标 (四) 客户忠诚度的衡量指标 (五) 让客户从“满意”升级“忠诚”的六条军规

- 1、跟踪、跟随、跟进
- 2、贴近、贴紧、贴身
- 3、优价、优待、优惠
- 4、信任、信赖、信用

5、吸引、吸纳、吸收

6、细心、细辩、细分

(六) 客户满意度与客户忠诚度相辅相成 (七) 客户满意度是导致重复购买最重要的因素

(八) 对客户满意度与客户忠诚度的认识误区

七、提升客户忠诚度策略

(一) 同一战线策略

(二) 攻心为上策略

(三) 资源整合策略

(四) 战略联盟策略

(五) 客户关系管理使用策略

(六) 客户差异化战略

(七) 服务差异化战略

(八) 全员动员服务客户策略

(九) 全方位的客户关怀策略

八、培养客户忠诚度五步曲 (一) 确定客户取向 (二) 安抚不满的客户 (三) 提供 A+ 服务

(四) 提供 A+ 信息 (五) 给予 A+ 便利

九、提升客户忠诚度的八个关键

(一) 改被动"等待"为主动"培养"

(二) 理解并降低客户的期望值 (三) 让优质服务成为每个人的重中之重 (四) 让客户得到"额外"价值

(五) 有效响应

(六) 学会与不同类型的顾客打交道

(七) 用特色服务赢得客户

(八) 独具匠心的售后服务是培养忠诚客户的根本

十、重点客户与常客的忠诚

(一) 重点客户忠诚你了解多少 (二) 细心+恒心变常客为忠诚顾客 (三) 对忠诚客户的奖励原则 (四) 从忠诚到拥护, 让顾客做你的推销员 (五) 把握风向, 客户流失防范策略

案例分析或短片观看:

示范指导、模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟

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

