

《售后服务的竞争力》

【讲课收益】：

通过海尔服务体系讲解，实现 2 个目的：

- 1、借鉴：海尔真诚到永远的服务品牌是怎么炼成的。
- 2、学会：企业要创造自己的服务品牌的路径和方法。

【讲课提纲】：

第一讲：客户很任性——互联网服务时代

- 1、客户服务的概念
- 2、客户服务的个性化
- 3、外部环境——企业竞争白热化
- 4、服务竞争——企业竞争的蓝海
- 5、案例分享

第二讲：服务对企业的作用

- 1、客户口碑——金杯银杯不如客户口碑
- 2、服务品牌——服务可以成为第二品牌
- 3、拓展名片——新客户愿意和你合作
- 4、客户粘度——老客户不会轻易流失掉
- 5、客户服务的三度
- 6、案例分享

第三讲：海尔服务品牌是怎么炼成的

- 1、海尔服务文化
- 2、服务第二品牌
- 3、文化理念先行
- 4、管理制度保障
- 5、员工行为承接
- 6、搭建服务平台
- 7、培养员工素质
- 8、创新服务模式
- 9、执行服务标准
- 10、服务 SBU 经营
- 11、海尔案例分享

第四讲：把客户的抱怨投诉当礼物

- 1、客户希望企业能提供更好的服务——有助于我们改进服务
- 2、抱怨投诉是一种爱的宣泄——客户对我们依然存在信任的表现
- 3、把抱怨变成满意——是我们重塑客户信心的机会
- 4、售后服务可以二次销售——是发现新的生意的机会
- 5、爱你我才投诉你——通过投诉可以判断客户的品牌忠诚度

6、案例分享

第五讲：树理念——树立为客户服务的文化理念

- 1、客户服务文化先行
- 2、服务文化的建设
- 3、案例分享：著名企业以客户为中心的案例分享
- 4、分组研讨：我们在工作中以客户为中心的故事

第六讲：建机制——机制面前人人平等

- 1、全员以客户为中心的服务意识
- 2、以客户为中心的服务考核机制
- 3、客户服务的监督检查
- 4、案例分享

第七讲：讲技巧——提高服务客户满意的技巧

- 1、用心倾听
- 2、表达清楚
- 3、精益求精
- 4、案例分享

第八讲：零距离——管理与顾客接触的关键时刻

- 1、零距离服务客户
- 2、零距离服务标准
- 3、零距离沟通法则

第九讲：找差距——分析服务差距促进服务质量提升

- 1、客户理解的服务是什么
- 2、服务质量的量化测评
- 3、客户不满意的内部因素
- 4、树标杆提升服务

第十讲：有补救——客户不满的应对与补救系统建立

- 1、注意每个服务细节
- 2、客户不满意怎么办
- 3、企业服务的解释规范
- 4、客户抱怨目的分类和补救方法

第十一讲：创感动——服务的最高境界

- 1、客户服务三动论
- 2、案例分享

第十二讲：借鉴之道——课程小结

- 1、总结：我们借鉴、收获了什么？

2、互动：我们的思路和做法