

《客户服务人员 5 项任务和 6 大创新模式》

课程背景：

开展客服工作并不难，难的是如何开展卓越的客服工作。客服工作从普通到优秀，从优秀到卓越，既是地产企业应该追求的服务品质，也是市场经济发展对企业提出的要求。

时间安排：两天（12 小时）

课程内容：

第一部分 客户服务人员 5 项任务

一、评估客户资信——定位客户

- 1、客户资信调查内容
- 2、客户资信调查方式

——案例分享：客户资信调查模板

二、建立客户档案

1、客户资料收集

- ◇ 客户资料的内容
- ◇ 客户资料收集的方法

——案例分析：常用客户资料收集方法比较

2、客户建档及管理

- ◇ 客户档案的建立
- ◇ 客户档案的管理
- ◇ 客户档案管理制度模板

——案例讨论：李先生缘何惊诧不已

三、抓住大客户的心

- 1、建立大客户档案
- 2、大客户满意度调查
- 3、大客户维护的重要性

四、做好售后服务

1、售后服务的内容

- ◇ 品质保证
- ◇ 资料提供
- ◇ 退换维修处理
- ◇ 服务承诺

2、售后服务实施

- ◇ 发放信誉卡
 - ◇ 处理客户来访
 - ◇ 提供咨询服务

3、提供服务的改善

- ◇ 建立客户反馈机制
 - 使反馈简单化
 - 主动要求客户反馈
- 建立售后服务管理规范
 - 案例讨论：某公司售后服务规范

五、提升客户忠诚度

1、提升客户忠诚度的含义

- ◇ 忠诚客户的特征
 - 周期性重复购买
 - 同时使用多个产品和服务
 - 向其他人推荐
 - 对于竞争对手的吸引视而不见
 - 对企业有良好的信任

◇ 客户忠诚度和满意度的区别

- ◇ 客户忠诚阶梯

2、提高客户忠诚度的途径

- ◇ 与客户全面沟通
- ◇ 制定个性化服务
- ◇ 给予客户某些“特权”
- ◇ 提供高质量的服务
- ◇ 提供便利的服务措施
- ◇ 遇见客户的需求
- ◇ 向客户提供业务

——案例分享：万科物业忠诚度测评指标

第二部分 客户服务的5大创新模式

一、体验式服务

1、体验式服务的含义

- ◇ 客户体验的5个要素及设计要求

——感觉

——情感

——思考

——行动

——联想

2、体验式服务的设计要点

- ◇ 具有特色的体验场地
- ◇ 高素质而亲切的客服人员
- ◇ 与客户进行互动
- ◇ 提高配套的设施装备
- ◇ 在真正购买前形成良好的体验

——现场活动：销售前“心动计划”关注客户体验

二、即时化服务

1、即时化服务的含义

2、即时化服务的设计要点

- ◇ 建立能满足服务需求的服务网络

- ◇ 为客户提供有效的优质服务
- ◇ 良好服务人员的即时反应时间
- 案例：万科地产即时反应时间规定
- 案例讨论：这是即时化服务吗？

三、一对一服务

- 1、一对一服务的2个特点
- 2、一对一服务的4个环节
- 3、一对一服务的设计要点
- 案例讨论：淘汰的一对一服务

四、人性化服务

- 1、人性化服务的含义
 - ◇ 人性化服务的2个要点
 - 以人为本
 - 关注细节
- 2、人性化服务的5个标准
 - 可信度
 - 保证度
 - 直觉度
 - 关怀度
 - 敏感度
- 3、人性化服务的设计要点
 - ◇ 理解并尊重客户
 - ◇ 创造良好的感官效应
 - ◇ 提供人性化服务设施
 - ◇ 营造亲切的服务环境
 - 案例讨论：如此“人性”的人性化服务

五、顾问式服务

- 1、顾问式服务的4种角色
 - ◇ 行业专家
 - ◇ 服务人员
 - ◇ 企业形象代表

◇ 情报员

——案例讨论：顾问式客服人员的一次成功服务

课程回顾：两天课程重点内容回顾