

**“用心服务，倾听投诉”**

## 直面商业购物中心客服管理及投诉困惑

要想脱颖而出、接受强化培训、现场面对现场、在于实战经验  
技能管理提高、领会实战经验、回顾展开工作、得心应手熟练  
努力在于训练、功劳在于实现、个人价值提高、成长迅速见效

### 课程内容

靠什么才能使企业在激烈竞争的市场上独树一帜呢?不同的服务性企业可能有自己不同的答案。有的服务性企业认为是商品。但在今天，仅仅靠优良的商品质量已不能吸引更多的顾客，因为，在商品日益丰富的今天，商品不是顾客做出购买决策的唯一依据，各服务性企业之间商品的差距正在逐步缩小、日趋一致。

企业再没有别的办法了吗?如果市场上的所有企业都提供同样高质量的商品，又都向顾客提供同样的让利折扣，都是同样的广告投入，那么一家企业如何才能脱颖而出呢?出路就在于塑造一个强势企业并长久管理它!但塑造并管理好一个服务性企业的最薄弱的环节在哪里呢?实践证明，是顾客服务，即增值销售。因此，全方位服务是二十一世纪塑造强势服务性企业，从而获得竞争优势，保持长期发展的最有效手段，树立这种理念并建立全方位服务管理体系也就成为当今企业一个急迫的任务。

### 核心内容一、服务是什么？

#### 1、服务这个概念？

不是一件物品，而是一系列活动过程，其生产和消费在很大程度上是同时进行的。

#### 2、服务体系最基本的分类哪几个部分？

经销服务和生产服务属于“商品导向型服务”

社会服务和个人服务属于“消费导向服务”

#### 3、服务的定律是什么？

在服务过程中，服务交易双方选择地位存在明显的不平等，服务提供者与服务消费者的接触带有强迫的性质，服务提供者必须为任何顾客提供服务而不得以其个人好恶为转移，但是顾客往往按照自身的消费偏好选择服务的提供者。

## 核心内容二：顾客的概念及权益

### 1、顾客是什么？

顾客是老板？顾客是亲朋？顾客是儿童？

### 2、顾客的权益

安全权 知情权 选择权 公平权 尊重权

### 3、服务体系的基本构成？

礼貌 态度 专业知识 业务动作

### 4、礼貌的表现形式

员工形象 店面形象 语言 礼仪

### 5、礼貌服务规范

### 6、基本服务用语

### 7、基本服务程序

### 8、积极的工作态度

### 9、如何热情服务？

### 10、回答顾客问询时要注意

## 核心内容三：为什么会有顾客投诉及如何预防顾客投诉

### 1、“投诉”的定义

#### (一) 有期望才有投诉

我们的观点：所谓顾客的投诉是顾客对于某企业的信赖与期待，同时也是该企业的弱点所在。

#### (二) 顾客投诉的原因

顾客为什么要投诉呢？（服务水准不统一）

a) 企业希望提供的服务水准

b) 企业能够提供的服务水准

- c) 企业实际提供的服务水准
- d) 顾客感受到的服务水准
- e) 顾客期望得到的服务水准

### (三)顾客投诉的常见类型：

#### 1、提供的商品不良

- (1) 品质不良
- (2) 商品标示不清楚

如果经营者在售卖时，对产品性能介绍不详细或缺乏介绍，导致商品使用时出现问题，经营者（商场）应负有一定的责任。

#### 2、提供的服务不佳

##### (1)营业员的服务方式欠佳

- 接待慢、搞错排队顺序
- 缺乏语言技巧
- 不理顾客需求和偏好
- 商品相关知识不足

##### (2)营业员的服务态度欠佳

##### (3)营业员自身的不良行为

#### 2、如何预防投诉的发生

- (1) 销售优良产品。
- (2) 提供良好服务
- (3) 注意经营场所安全设施。

## 核心内容四：顾客抱怨及投诉处理

现代市场竞争中，许多企业在商品质量、功效、技术、价格等方面愈来愈相似，市场竞争焦点愈来愈集中在企业提供的服务上。服务质量的高低、服务项目的多少，往往成为企业市场竞争成败的关键。加强服务管理，提高服务水平，是企业创造更多销售促进机会、争取顾客购买、提高市场占有率、增强竞争力的重要手段之一。

- 1、顾客抱怨？
- 2、顾客抱怨处理程序？
- 3、你不该这样？？？

4、抱怨及投诉处理的原则？

5、抱怨及投诉处理要点？

#### 6、处理投诉的具体方法和方式

- a) 如何接受顾客投诉
- b) 妥善处理好顾客投诉最基本的观点
- c) 处理顾客投诉简单应对方法

#### 7、处理投诉十项金科玉律

- A、承担责任
- B、控制自己情绪
- C、细心倾听
- D、礼貌道歉
- E、表示体恤
- F、切勿争执
- G、专注在问题上，不是投诉者的行为
- H、明了客户需求
- I、行动快并通知客户进展
- J、提供适当协助

### 核心内容五：如何提高服务意识

如何提高服务性企业的服务意识时，首先应该提出问题服务性企业的服务应该怎么做？如何更好的服务客户？我们需要比客户更了解客户，更清楚其产品的定位，服务性企业要加强主动服务意识，不要等客户来要某样东西时才想到应该请同事帮忙快点做好，不要给客户不想要的东西，服务性企业要了解客户的需求，因为每一个客户的需求都会不一样；一定要高效的完成答应客户的承诺，这首先应为自己争取到足够的时间，保证提供给客户任何资料的准确性。

问题 1、为什么说服务性企业要积极主动服务客户？

问题 2、为什么说服务性企业要做好常规服务再做增值服务？

问题 3、为什么说服务性企业要不断的进步不断的提供更好的服务？

问题 4、为什么说服务性企业客户服务人员是客户服务中心的重要组成要素？

- 问题 5、为什么说服务性企业要预先考虑顾客需求？
- 问题 6、为什么说服务性企业质量的好坏由顾客说了算？
- 问题 7、为什么说服务性企业要尽可能的为顾客提供方便？
- 问题 8、如何看待顾客的期望和需求额外的服务？
- 问题 9、为什么说如何满足顾客的尊容感和自我价值感？
- 问题 10、对于顾客群体来说对的满意度通常由几方面要素组成？
- 问题 11、服务性企业优质服务具体内容是什么？



## **核心内容六：服务者“心态决定一切”—— 服务之灵魂**

目前很多服务性企业都仍忽视竞争的另一大焦点-服务竞争。作为服务性企业内部营销管理的重点,提高服务质量成为服务性企业求胜的长久之计同时提高服务质量也是在客流大幅增加后需要做的第一项重要工作。

服务性企业要激发员工为顾客服务的积极性，并逐步在企业内部塑造一种新的以服务为导向的文化氛围，使全体员工都成为具有顾客意识和服务导向的服务人员，从根本上提高服务质量，最终提高企业的市场竞争能力。

- 1、致服务行业工作者的一段话
- 2、服务核心的概念
- 3、学习服务工作
- 4、学好服务工作
- 5、了解自己，认识自我
- 6、我们应有的心态
- 7、消极的心态???
- 8、自制的“7个C”.....

■案例“迪斯尼服务案例”互动分析学习

**迪斯尼乐园**

