

**互联网自媒体 投诉处理新思维**  
**——高绩效客户投诉处理进阶**  
**(2017全新升级版)**

- 培训师：周力之
- 课时：2天

**课**程收益：

- 随着 2014 年 3.15 新《消费者权益保护法》的实施，客户维权、客户投诉处理需要因时而变，如何高绩效地处理客户投诉、减少负面效应并化投诉为订单，这是企业打造核心竞争力的重要契机，也是每一位服务管理者、投诉处理主管需要思考的“老问题的新话题”。
- 互联网、自媒体时代，客户抱怨、投诉的负面传播速度越来越快、渠道越来越多、影响越来越广，客户投诉处理原则、流程、举措、话术也需快速同步升级，这样才能在客户选择、政府监管、市场竞争中无往而不胜。
- 《互联网自媒体 投诉处理新思维——高绩效客户投诉处理进阶》（2017 全新升级版）正是这样的课程：培训师本人有十多年大型上市公司服务管理经验，课程从投诉处理的系统思考与行动学习工具的应用入手，结合互联网特征、行业案例讲授和演练客户投诉的预防、诊断、处理步骤与应对话术，使学员具备在互联网时代高效、快速处理客户投诉的新思维和新方法，有效预防重大投诉、降低客户投诉率，提高企业品牌美誉度与客户忠诚度。

**课**程对象：

- 企业服务营销管理者、服务质量/售后服务主管、投诉处理专员、客户服务代表、销售代表等。

第1讲：**互联网时代客户投诉管理、处理的新思维**

1.1 互联网时代客户投诉处理的“因时而变”

- 弱势强势角色换
- 投诉渠道万万千
- 负面效应很难管

- 舆情监控不能断

## 1.2 互联网时代投诉处理标准的升级要点

- 投诉处理从粗放到精细、从精细到精益
- 投诉处理的“道法术器”和“战略解码”相结合

## 1.3 多元视角的3.15

- 对客户、对企业、对媒体、对政府、对社会
- 微博、微信、微视频曝光对企业声誉影响案例

## 1.4 客户投诉问题隔离及行动学习工具应用

- 客户投诉三类棘手问题：
  - 公司规定很明确，就是客户不理解
  - TA 也为难我也难，这事叫我怎么办
  - 销售误导已在先，客服人员如何管
- 行动学习应用的四大处理步骤
  - 此类投诉问题的解决目标
  - 此类投诉系统解决的关键障碍
  - 此类投诉问题的细分解决方案
  - 四象限分析的行动计划落实

## 第2讲：客户投诉的预防、诊断与管理举措匹配

### 2.1 投诉处理人员职业素养的基石

- 之一：客户服务职业特质提升
- 之二：积极的客户服务心态培养
- 之三：客户服务的职业美感挖掘

### 2.2 消费者的九大权益解读与新《消法》的亮点

- 消费者的九大权益
- 新《消法》新增的六大亮点解读
  - 亮点一：关于消费的“后悔权”
  - 亮点二：关于消费者信息
  - 亮点三：关于维权纠纷举证
  - 亮点四：关于精神损害赔偿

- 亮点五：关于产品信用档案
- 亮点六：关于违法广告代言

### 2.3 ISO10002：2004投诉管理标准中的几大原则

- 可见性、可达性、负责任、响应度、客观性
- 环环相扣，过程提醒、闭环管理、数字化管理

### 2.4 令客户满意的服务误区与投诉预防

- 满意的对立面是“没有满意”
- 为什么“客户不一定就是上帝”
- 基于服务特性的四个投诉预防举措
- 客户期望值管理
  - 销售之后、投诉之前的“说明会”
  - 公平可靠、管理承诺

### 2.5 投诉诊断之五区间差距模型的应用

- “诊断”的差距及举措匹配
- “处方”的差距及举措匹配
- “药房”的差距及举措匹配
- “医嘱”的差距及举措匹配

### 2.6 投诉处理步骤的精益视角

- 企业有理——案例解析
- 客户有理——案例解析
- 不知谁有理——案例解析

### 2.7 互联网时代客户投诉处理中的承诺与授权

- 内外部多渠道服务承诺的一致
- 一线人员“有边界的授权”
- 投诉处理标准“一切三”、计时单位再缩短

## 第3讲：投诉处理中的沟通与说服技巧

### 3.1 客户投诉需求清单与话术匹配

- 六个视角，六类举措

- 真的抱怨、假的抱怨、隐藏的抱怨
- 如何达成投诉客户需求的期望值中、意料之外

## 3.2 律师函、微博、微信书面回复的要点

- 函件格式、语言风格
- 责任分析、法律依据
- 文字/语音、印章日期、后续跟进

## 3.3 投诉处理中的聆听与提问

- 营造投诉处理的“安全”沟通氛围
- 投诉处理中聆听与提问的三层次：
  - 说自己想说的
  - 说别人想听的
  - 听别人想说的
- 如何避免客户的防卫性辩护

## 3.4 说服客户中的说服策略与“先跟后带”法应用

- 引述、挖掘、共鸣、探讨、解决
- 苏格拉底法的应用演练
- 卡耐基提问法的应用演练

## 3.5 化投诉为订单

- 满足客户基本、信息、情感、精神需求，从满意到忠诚
- 说好三句话，服务 90 分
- 应用演练

## 3.6 重大投诉与危机应对的原则与案例

- 速度原则、坦诚原则、权威原则
- 灵活原则、系统原则、情感原则
- 准备、确认、控制、解决、转化

## 3.7 互联网时代客户投诉处理与及危机公关的思辨

- 投诉、危机处理后的信息提炼与服务管理的持续改进
- 六道思考题的总结