

《卓越的客户投诉处理技巧》

课程背景：

- 世界范围内的市场竞争愈演愈烈，没有一个企业能够永保竞争优势；
- 中国产品市场过快地进入到微利时代，整个营销与服务体系的品质还有待进一步提升；中国企业的差异化核心竞争能力与核心优势尚未凸显，完成基础建设的工作尚需时日；客户的管理对于很多企业而言还是一个陌生的领域，客户的满意度有待进一步提高，客户的忠诚度更有待进一步建立。

课程目标：

- 1、通过本课程的学习，让学员掌握系统化、专业化、个性化客户投诉处理的专业知识与技能；
- 2、强化全过程客户管理的观念与意识，找出受训单位或学员现阶段客户管理中存在的问题与不足，改善客户投诉管理上的各环节的工作品质；
- 3、掌握客户满意度管理的方法与技术，在培育意见领袖的同时，培育一个能为企业创造效益、忠诚的客户群体；
- 4、加强渠道成员在客户管理方面的指导、监督与管理，形成良好与完善的客户管理体系与机制，创建受训企业独特的核心竞争能力。

培训对象：

- 企业的市场经理、渠道经理、销售经理、市场总监、渠道总监、销售总监
- 与营销相关的培训经理与培训讲师

培训时间：2天

培训方法：

以受训学员工作中普遍存在的问题入手，充分利用头脑风暴法展开对问题的讨论，并通过各小组的点评带动学员的积极参与，再列举成功和失败的案例进行分析，据此由讲师结合案例的分析与总结，提出解决问题的方法与技巧。

课程提纲：

第一问题 卓越客户服务基础

主要讨论内容

- 客户是企业的重要资产
- 客户的分类
- 产品概念的完整定义
- 交易营销与关系营销
- 企业与客户间的五种关系水平
- 客户特性描述
- 客户管理的重点

第二个问题 客户服务意识的管理

主要讨论内容

- 市场竞争带来的结果
- 未来企业竞争的趋势
- 客户流失的真正原因
- 一个不满意的客户所造成的影响
- 一个满意的客户所带来的结果
- 影响客户选择的关键因素
- 客户服务的等级
- 优质客户服务的七大标准

第三个问题 客户投诉的有效管理体系

主要讨论内容

- 确立产品质量与内部客户忠诚标准
- 接纳投诉与投诉处理技巧
- 建立分类和分等级处理系统
- 客户忠诚分析与忠诚提升
- 形成投诉受理档案和更新营销数据库

第四个问题 处理客户建议、投诉的方法和技巧

- 。 处理客户 投诉的步骤和方法
- 。 客诉客户 的类型
- 。 客户 投诉的主要原因
- 。 处理客诉的行动计划
- 。 客户 异议处理的 4P 和 7P 模式
- 。 处理特殊客户 投诉的技能
- 。 学会倾听，提高沟通能力
- 。 处理客户 异议的方法和技巧
- 。 如何平息客户 的不满
- 。 处理客户 投诉的四种方法
- “掉虎离山”法
- “回踢皮球”法
- “偷换概念”法
- “反守为攻”法

第五个问题 售前、售中优质客户服务的实战技巧

实现客户的 1-1 服务

- 客户细分的原则和方法
- 人的六个基本需求

- 如何进行内部客户分群—决策树方法
- 新目标内部客户群的筛选
- 内部客户关系网管理
- 如何快速实现潜在客户的信任
- 如何迅速掌握内部客户的个人需求和企业需求
- 如何收集客户 资料和信息的技术
- 差异化服务和营销
- 客户 关键决策人物分类
- 解决方案式销售—卖拐
- 熟悉、掌握产品和流程
- 停止告诉、谈话和讲述
- 了解客户的需求，而不是推销产品
- 学会解决方案式营销
- 心中时刻牢记目标管理
- 做对每一件细微的事情（鸚鵡的故事）