

# 课题：客户投诉处理与应对实务

## 一、课程背景

当前市场的竞争用激烈来形容已经不够，只能用残酷才能准确描述其情其景，但是，很奇怪的是很多企业都非常关注战略问题、成本问题、技术问题、人才问题，而往往忽略了客户服务这个企业长期生存的命脉。事实上，客户才是企业真正的老板，如果企业丧失了客户，就失去了生存的基础，所以给客户卓越而周到的服务是企业发展的重要策略，企业必须重视客户服务。企业的竞争其实可以分为三种境界：产品竞争、服务竞争、文化竞争，在产品都比较雷同的情况，服务就显得异乎寻常的重要，你做不到我做得到，我就有竞争优势，可见，服务决定了我们的竞争地位。

## 二、课程收益

- 1、通过对投诉客户心理层面的研究，了解客户投诉的根本原因
- 2、通过有效沟通，有针对性处理客户投诉
- 3、掌握投诉处理的原则，技巧和有效方法
- 4、通过对客户投诉的管理，减少客户流失，提升客户忠诚度。
- 5、通过投诉分析，及时了解企业存在的弊端，增强企业的竞争能力。

## 三、培训时间：

一天/6小时

## 四、培训方式及特色：

### （一）培训方式：

- 1、讲师激情、精彩演讲占 40%
- 2、案例分析（从正面和反面两方面进行实例分析）占 30%
- 3、互动提问：讲师现场提问，学员作答，讲师点评占 10%
- 4、作业练习：现场练习和操作、表演展示占 10%
- 5、分组讨论：头脑风暴：各小组给出答案，讲师点评占 10%

### （二）课程特色

- 1、可操作性：聚焦于实际操作训练与实践能力提升
- 2、系统提高：锁定管理人员能力点，通过训练，改变管理行为，提升管理技能
- 3、寓教于练：通过企业实际案例分析，让您的困惑大家解答，您所参加的不是一堂枯燥的“填鸭”课程

## 五、培训对象

业务接待人员、客户服务专员，销售人员、售后服务人员、客户服务经理、中高层管理者等

## 六、课程大纲

## 问题的导入：

- 1、谁是企业真正的老板？——Wal Mart 沃尔玛始创人 Sam Walton 的理解；
- 2、如何理解可口可乐的客户价值观？
- 3、美国花旗银行生意经对我们有什么启示？
- 4、您是如何客户和用户的？

### （一）认清什么是客户的投诉的意义

- 1、什么是客户的投诉，客户投诉的内容主要是哪些？
- 2、客户投诉的实质是什么，我们如何来看等客户投诉？
  - (1) 希望企业能提供更好的服务
  - (2) 对企业存在信任的表现
  - (3) 重塑客户信心的机会
  - (4) 发现新的生意的机会
  - (5) 可以判断客户的忠诚度
- 3、如何要理解“喜欢”这个词
- 4、没有“客户的投诉”，只有“客户的机会”。

### （二）客户投诉的原因分析

- 1、客户离开我们的原因？
- 2、客户投诉产生的因素
- 3、现状：同行业竞争加剧
- 4、案例和现场讨论：
  - (1) 什么是企业核心竞争力？
  - (2) 麦当劳的故事；
  - (3) 海尔的故事。
- 5、客户期望与客户体验
- 6、客户做决定的过程
- 7、投诉产生的原因
- 8、分组讨论：什么是客户满意和客户感动？
- 9、客户期望的方程式

### （三）客户投诉处理原则与技巧

- 1、掌握客户行为类型
- 2、运用良好的沟通技巧
- 3、领会客户动机与需求
- 4、掌控情绪
- 5、善于收集客户信息
- 6、掌握化解矛盾的技术
- 7、现场练习：阅读案例并回答问题

### （四）客户投诉处理三步曲

- 1、明确事实
- 2、同意并中立化
- 3、提供解决方案

- 4、3F 法则
- 5、三公平原则

### **(五) 客户投诉管理**

- 1、建立投诉管理制度
- 2、维护投诉客户档案
- 3、设定专业的部门和专人进行管理
- 4、让客户参与管理
- 5、对客户投诉进行跟踪
- 6、流失客户管理
- 7、设立忠诚客户矩阵
- 8、现场进行一个游戏：进行一个客户服务的情景游戏。

### **(六) 打造金牌客服人员**

- 1、客服人员职业化打造
- 2、标准的职业形象
- 3、标准的服务用语
- 4、标准的礼仪形态
- 5、优秀服务代表品格素质
- 6、正确理解理解客户的观点
- 7、现场讨论问题：判定客户选择服务时，最主要的考虑因素

### **(七) 投诉预防与投诉处理人心理调节**

- 1、如何预防投诉的产生
- 2、投诉处理人的心理调节
- 3、一切源自客户、一切为了客户