

卓越的客户服务理念与技巧实务

【培训对象】 所有参与客户服务工作的经理、主管及一线人员。

【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，所以给客户提供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。

【课程目标】

- 快速掌握解决顾客抱怨的方法及途径；
- 理解如何做到个性化服务；
- 如何留住忠诚客户；
- 如何进行服务创新；
- 高效使用客户漏斗；

【课程大纲】

一、处理顾客抱怨反映服务意识

- 面对顾客抱怨应该具有的态度——态度决定一切
- 与客户争论之结果——永远无法在与顾客的争论中获胜
- 服务态度对顾客的影响——换位思考
- 客户的情绪银行——储蓄还是借贷
- 处理客户抱怨的原则——行动指南
- 延续——服务后的关怀

二、个性化服务体现服务水平

1) 优质服务的步骤

- 问候宾客
- 了解宾客
- 超越宾客期待
- 确认满意度
- 服务宾客

2) 个性化服务的内涵

- 是否掌握了规范化程序和各岗位的运作规程？
- 具有熟悉和了解相关知识的能力？
- 具有超前服务意识？

- 能用最短的时间减少与客人的陌生感？
- 是否具有持续性？

3) 服务创新——服务意识的最佳体现

- 卓越服务的四大步骤
- 卓越服务“三境界”

4) 获取好评的服务建议——“以情服务，用心做事”

5) 从细微处获取客户需求——细节决定成败

6) 维护忠诚客户

- 培养顾客忠诚度 7 大步骤
- 发展有效服务，留住顾客
- 提高服务工作成效的五个步骤

7) 客户服务的标准化管理——标准就是游戏规则

8) 客服中心体现了我们的个性化水准

三、高效使用客户漏斗

1) 客户漏斗的内涵

2) 客户漏斗的四个阶段

- 目标市场
- 潜在客户
- 目标客户
- 忠诚客户

3) 客户漏斗与销售预测

4) 抛弃所有的成见

四、客户服务必须具备的技巧

1) 电话销售的几个技巧

- 电话销售的基本礼仪
- 探寻客户的内在需求
- 电话前的准备工作

2) AIDA 销售技巧

- 引发注意
- 提起兴趣
- 提升欲望
- 建议行动

3) 客服人员的压力与情绪调控

4) 客服人员的沟通技巧——见什么人说什么话

- 沟通中的角色
- “编码”之误

- 沟通的准确性
- 沟通中的倾听技巧