

B2B 大客户投诉处理能力提升训练营

【课程背景】

企业的竞争已经由产品及价格转移到对客户的竞争，客户服务已经成为主宰企业生死存亡的。客户服务体系的宗旨是“客户永远是第一位”，从客户的实际需求出发，为客户提供真正有价值的服务，帮助客户更好地使用产品。体现了“良好的客服形象、良好的技术、良好的客户关系、良好的品牌”的核心服务理念，要求以最专业性的服务队伍，及时和全方位地关注客户的每一个服务需求，并通过提供广泛、全面和快捷的服务，使客户体验到无处不在的满意和可信赖的贴心感受。假如自己有精妙的优质客户服务团队、不但可以说服老客户，还可以和新客户建立新的良好合作关系，令客户满意度提升。

客户极之情绪化，故意挑剔我们的产品，指责我们的服务，近乎无理取闹！他们的“不满意”比什么都重要，却总是在我们的意料之外！客户服务已成为企业塑造持续竞争优势的核心抓手；拥有持续竞争优势的企业的员工也能从战略层面以深邃的客户需求先见能力而征服客户、傲视群雄；打造一流的客户服务能力已成为企业竞争的新焦点；而客户的不满、抱怨、投诉是企业与客户接触

的核心环节，更是企业能否通过客户服务水平提升走向辉煌的分水岭?关注对于

客户不满、抱怨、投诉的处理是提升企业整体服务水平的关键?。

【课程时间】 2天 12小时

【课程对象】 客服人员

【授课方式】 视频+案例+演练+讲解

【课程大纲】

第一讲、客户抱怨投诉心理分析

一、客户的三种需求

(一)、业务咨询办理

(二)、倾诉发泄

(三)、尊重认同

二、产生不满、抱怨、投诉的三大原因

(一)、对产品和服务项目本身的不满

(二)、客户对服务人员的服务态度及技巧不满

(三)、客户自己的原因

三、客户抱怨产生的过程

潜在不满?即将转化为抱怨?显在化抱怨?潜在投诉?投诉

四、客户抱怨投诉的三种心理分析

- (一)、求发泄的心理
- (二)、求尊重的心理
- (三)、求补偿的心理
- (四)、马斯洛的需要层次理论

五、客户抱怨投诉目的与动机

- (一)、精神满足
- (二)、物质满足

六、客户四种性格与抱怨投诉的心理分析及处理技巧

- (一)、四种性格的特点描述（力量型、活泼型、完美型、和平型）
- (二)、四种性格的短片断观看及分析讨论
- (三)、针对四种客户性格的沟通技巧
- (四)、针对四种客户性格的抱怨投诉处理技巧

七、客户声音及内容分析与处理技巧

- (一)、音量分析
- (二)、语速分析
- (三)、语气、语调

(四)、情绪分析

(五)、表达逻辑分析

(六)、核心问题分析

八、超越客户满意的三大策略

(一)、提高服务品质

(二)、降低客户期望值

(三)、精神情感层面满足

第二讲、顾客抱怨投诉的处理技巧

一、处理投诉的要诀：先处理感情，再处理事情；

二、避免 8 种错误处理顾客抱怨的方式：

1、只有道歉没有进一步行动

2、把错误归咎到顾客身上

3、做出承诺却没有实现

4、完全没反应

5、粗鲁无礼

6、逃避个人责任

7、非语言排斥

8、质问顾客

三、影响处理顾客不满抱怨投诉效果的三大因素：

- 1、处理时的沟通语言
- 2、处理的方式及技巧
- 3、处理时态度、情绪、信心

四、顾客抱怨投诉处理的六步骤：

- 1、耐心倾听
- 2、表示同情理解并真情致歉
- 3、分析原因
- 4、提出公平化解方案
- 5、获得认同立即执行
- 6、跟进实施

五、顾客抱怨投诉处理技巧：三明治法则+提问技巧

六、顾客抱怨投诉处理细节：

- (一)、语言细节
- (二)、行为细节
- (三)、三换原则

短片观看及案例分析（善意的抱怨投诉案例）

- 1、家电行业投诉处理案例分析；
- 2、关于电器爆炸的咨询投诉处理案例分析；
- 3、关于售后服务的投诉处理案例分析；
- 4、关于质量问题投诉处理案例分析；
- 5、粗暴无理型顾客投诉处理案例；
- 6、理智型顾客投诉处理案例；

七、巧妙降低客户期望值技巧

- （一）、巧妙诉苦法
- （二）、表示理解法
- （三）、巧妙请教法
- （四）、同一战线法

八、当我们无法满足客户的时候……

- （一）、替代方案
- （二）、巧妙示弱
- （三）、巧妙转移

九、快速处理顾客抱怨投诉策略

(一)、快速掌握对方核心需求技巧

(二)、快速呈现解决方案

(三)、快速解决问题技巧

短片观看及案例分析 (善意的抱怨投诉案例)

1、?嗦型顾客咨询投诉处理案例分析；

2、脾气火爆型顾客咨询投诉案例分析；

3、精明型顾客咨询投诉案例分析；

4、反复型顾客咨询投诉案例分析；

十、顾客抱怨及投诉处理的 12 对策

1、资源整合策略、

2、同一战线策略、

3、攻心为上策略、

4、巧妙诉苦策略、

5、限时谈判策略、

6、丢车保帅策略、

7、上级权利策略、

8、利弊分析策略、

9、黑白脸配合策略、

10、威逼利诱策略、

11、息事宁人策略、

12、快刀斩乱麻策略

十一、资源整合技巧

(一)、资源整合的涵义

(二)、资源利用五个层次

(三)、资源整合的内容与方式

(四)、资源整合六步曲

十二、抱怨投诉处理方案策划与呈现

(一)、抱怨投诉处理方案策划

1、抱怨投诉处理方案的核心目标

2、抱怨投诉处理的投入产出分析、可行性分析

(二)、抱怨投诉处理方案呈现

1、以结果为导向；重点突出，主次分明；量化管理；

2、做好做 1-3 个方案；各方案请做 SWOT、投入产出比分析；

3、共赢沟通:三明治的沟通技巧；营造轻松愉快的沟通氛围。

十三、抱怨投诉处理的同一战线策略

- (一)、战略伙伴策略
- (二)、关键人物策略
- (三)、核心需求整合策略
- (四)、产品价值与附加价值深度引导策略

十四、抱怨投诉处理的商务谈判

- (一)、商务谈判的目的
- (二)、高效商务谈判六步骤
- (三)、商务谈判实用策略
- (四)、商务谈判促成技巧

十五、特殊顾客抱怨投诉处理策略整合

- (一)、公司原因造成的抱怨投诉
- (二)、骚扰顾客抱怨投诉
- (三)、恶意投诉

短片观看及案例分析（恶意抱怨投诉案例、特殊抱怨投诉案例）

- 1、骚扰顾客抱怨投诉处理案例；
- 2、恶意投诉处理案例；

3、补偿型顾客抱怨投诉案例；

4、特殊身份顾客抱怨投诉案例；

5、顾客诉讼的庭外和解案例；

第三讲：投诉管理如何做到未雨绸缪

1、预防为主，处理为辅 - 要降低客户的投诉率，我们应该从哪些根本性的问题入手？

2、系统解决问题思维：如何化解客户投诉的恶性循环与处理的低效重复？

3、把投诉管理纳入我们的日常管理要务：未雨绸缪才能制胜千里；

4、总结是为了更好地进步 - 日常工作中如何针对客户投诉与抱怨资料进行整理、分析与总结；