

客户投诉处理与客户关系维护

【课程背景】

三流服务人员总也弄不清楚顾客为什么不满意，也不知道怎样让顾客满意；

二流服务人员清楚顾客为什么不满意，可惜不知道如何让顾客满意；

一流服务人员不仅清楚顾客为什么不满意，而且总有办法让顾客绝对满意。

客户对服务期望的上升、服务营销人员技能的不足、服务需求的波动和服务容量的不足、员工态度的欠缺等因素，使客户抱怨和投诉不可避免。

优秀的企业不惧怕投诉，其有着便捷、畅通的投诉渠道，更有着掌握高超投诉处理技能的骨干人员，因为其深知“一个投诉客户的背后是 25 个不满意的客户、如果投诉处理得又好又快，95%投诉的客户还会继续购买”。

构建领先、高效的投诉处理体系，提升服务营销人员专业的投诉处理能力已成为企业提高客户满意度、忠诚度和扩大客户群的强有力的举措之一。

【课程对象】 所有客户服务人员、销售人员

【课程时间】 1-2 天

【授课方式】 案例+视频+讲解点评

【课程大纲】

第一讲 客户服务内涵

一、什么是客户服务？

案例：迪斯尼拒客投诉；

1. 客户服务的定义；
2. 影响客户服务的因素；
3. 客户服务环境。

二、服务的文化建设

案例：一群高消费客户的流失；

1. 服务文化的组成；
2. 客户维护体制建立；
3. 促进积极服务文化的 12 种方法。

三、重估投诉的价值

案例:一碗面引发的思考；

1. 什么是客户投诉；
2. 客户投诉概率及后果分析；
3. 客户不投诉的成本分析。

第二讲、服务人员的“仪容仪表”礼仪

一、服务人员的品位

二、服务人员的“第一印象”管理

三、工装形象的职业化规范

1、服装

2、头发、发型

3、妆面

4、饰品

5、指甲

6、体味

7、鼻毛

四、服务人员的非工装形象要求

第三讲、仪态及行为规范——动的技巧

一、服务人员的标准仪态——站、坐、走、蹲

二、你的热情从何而来？

1、日常迎送“三声三到”

2、尊重的眼神——你的眼睛会说话

3、三米之外的“阳光”——用微笑抓住对方的心

4、适当的肢体接触

5、温暖专业的日常服务用语

三、服务接待中的手势使用规范

1、男士专用指示手势

2、女士专用指示手势

3、指示的注意细节：姿势优美、到点到位

4、邀请或征询时的指示规范

5、资料填写时的工具辅助

四、专业服务中的引领

1、引领陪同中的站位

2、引导的手势

3、引导中的特殊细节运用：温馨提示

五、递送物品的礼仪规范

1、递送中的尊重技巧

2、书本、单据、纸张、纸质宣传品的递送

3、茶杯、水杯等饮品的国际化递送规范

4、递送名片或其他卡片式物件的规范与禁忌

5、尖锐物品递送的原则禁忌

六、进出电梯的礼仪规范

1、谁先进谁先出

2、按电梯的要领

3、电梯内的站位安排

七、替他人做介绍的礼仪规范

八、握手的礼仪规范

九、安排座次的礼仪规范

1、等候区/休息区/咖啡吧

2、小型会客厅式

3、会议室

4、餐桌座次——中餐、西餐

十、乘车的座次礼仪规范

1、公务车

2、私家车

3、出租车

第四讲 卓越的客户服务人员沟通技巧

一、影响沟通效果的因素

二、营造沟通氛围：沟通地点、沟通时间、双方情绪、灿烂笑容、赞美肯定、

情绪调整

三、沟通六件宝：微笑、赞美、聆听、提问、关心、“三明治”

四、深入对方情境

1、行为冰山模型；

2、钓鱼理论；

3、对方最关心的是什么（聆听与观察）；

4、如何站在对方立场进行沟通；

5、进入对方心理舒适区。

五、高效引导技巧

1、开放式提问、封闭式提问；

2、经典高效引导技巧；

3、巧妙暗示技巧。

六、三明治法则

第1层 – 积极情感层面(好)：理解、肯定、鼓励、赞美、关心

第2层 – 核心问题层面(坏)：询问、建议、忠告、要求、引导

第3层 – 积极情感层面(好)：鼓励、肯定、赞美、希望、关怀

七、高效沟通四要诀

1、信息传递多向性；2、信息传递标准化；3、信息传递多样性；4、信息传递短平快。

八、高效沟通六步曲

1、营造氛围；2、理解共赢；3、分析策划；4、提出方案；5、认同执行；6、实施检查。

短片观看及案例分析：小猪贝贝经典谈判成功成功案例分析

海尔：家电营销正反两案例

格力：营销服务正反两案例分析

第五讲：如何把握拜访时机和目的

一、对客户工作特点的研究与分析

1、客户会议集中度最高的时段分析

2、客户工作强度最高的时段分析

3、周工作最佳拜访时段分析

4、日工作最佳拜访时段分析

5、企业客户与政府客户工作特点差异性分析

二、明确拜访意图是提高客户拜访效率的首要要素

案例解析

三、对客户拜访的两种类

1、以营销为导向的客户拜访

2、以服务为导向的客户拜访

互动讨论：服务为导向有什么注意点？

四、以营销为导向的客户初次拜访四重目标

1、介绍公司及产品

2、识别并判断客户需求

3、明晰客户的最关切的地方

4、识别潜在竞争者

技巧分享：识别潜在客户的五种工具

第六讲：客户拜访的关键环节

一、以营销为导向的客户初次拜访重点准备事项

1、客户相关信息收集与整理

客户的特点

客户产品特点

客户信息化程度

竞争对手渗透程度

2、拜访对象相关信息的收集与整理

拜访对象职务

年龄及性别

情趣及爱好

对三大运营商的态度

案例：上海某电信对客户需求的三大宝典

3、客户拜访资料的收集整理

自我形象整理

产品资料整理

演示资料整理

客户预约

二、以营销为导向的客户二次拜访重点准备事项

1、商务谈判团队组建

2、竞争对手资料汇总

3、与竞争对手差异性分析汇总

4、合同协议文本

5、客户预约

案例：客户二次拜访失败案例解析

案例解析：应对客户投诉的处理技巧

第七讲 顾客抱怨投诉心理分析

一、客户三种需求

1、业务咨询办理；2、倾诉发泄；3、尊重认同。

二、产生不满、抱怨、投诉的三大原因

1、主体：顾客自己的原因；2、客体：顾客对服务人员的服务态度及技巧不满；3、媒介：对产品和服务项目本身的不满。

三、客户抱怨产生的过程

1、由量的积累到质的飞跃；2、潜在不满。

四、客户抱怨投诉的三种心理分析

1、求发泄的心理

2、求尊重的心理

3、求补偿的心理

五、客户抱怨投诉目的与动机

1、精神满足；2、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

1、四种性格的特点描述（力量型、活泼型、完美型、和平型）；2、四种性格的短片断观看及分析讨论；3、针对四种客户性格的沟通技巧；4、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

1、音量分析；2、语速分析；3、语气、语调；4、情绪分析；5、表达逻辑分析；6、核心问题分析。

八、超越客户满意的三大策略

1、提高服务品质；

2、巧妙地降低客户期望值；

3、精神情感层面满足。

第八讲 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：

1、语言细节；2、行为细节；3、三换原则。

短片观看及案例分析（善意的抱怨投诉案例）

七、巧妙降低客户期望值技巧

1、巧妙诉苦法；2、表示理解法；3、巧妙请教法；4、同一战线法。

八、当我们无法满足客户的时候……

1、替代方案；2、巧妙示弱；3、巧妙转移。

九、快速处理顾客抱怨投诉策略

1、快速掌握对方核心需求技巧；2、快速呈现解决方案；3、快速解决问题技巧。

十、顾客抱怨及投诉处理的对策

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。

第九讲 客户关系管理的基础

1、客户 VS 大客户（优质客户服务）

2、客户关系维护的意义和应遵循的原则

3、客户维护的内容

4、客户维护的工具与方法