

转诉为金

——有效应对客户的抱怨与投诉

讲师：王惠

课程纲要

【课程名称】 《有效应对客户抱怨与投诉》

【课程背景】

为什么怎么培训服务话术总是能招致投诉？为什么服务流程一再的精细化，客户仍然觉得不满？为什么我们在服务感觉自己越来越趋向于弱势群体？为什么明明是真心帮助客户，而客户却不领情甚至曲解我的意思？为什么已经在服务的细节中投入了那么多的经历却仍然得不到客户的认可，而且越干越觉得没有成就感？越服务越吃力不讨好？相信在服务中你也遇到过相关的问题，宗其所述是因为你没有在服务的过程中将你的服务落实在关键时刻，而出力没有用到关键时刻，自然结果就没有到达最好的效果。如何将每一次的服务都让客户在大脑中有一个温暖的回忆；如何将服务中的峰终体验贯彻的更 好 ；

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。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。

【课程收益】

- 1、了解客户投诉动机，分析客户投诉的真实原因；
- 2、掌握降低投诉及有效处理投诉的技巧；
- 3、正确处理客户投诉，提升公司正面形象；
- 4、建立把投诉客户转变为忠诚客户的投诉处理机制。
- 5、学会控制自我情绪保持正面积极的客户服务状态。

【课程对象】 全员

【授课方式】 理论讲解+情景演练+互动体验+行动学习

【课程时长】 1天 6小时/天

【课程大纲】

第一讲 客户服务内涵

一、什么是客户服务？

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

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

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。

四、客户服务关键时刻：让每一次服务都成为一个温暖的回忆

- 1、客户认知决定选择
- 2、如何处理服务中“每一次”“温暖”“回忆”三者与客户认知的关系
- 3、服务营销 4.0 背景下服务人员核心要求——定制化服务

第二讲 投诉处理中的 WARM 系统

一、认知“WARM”系统

(一) Welcome 热情

1、被欢迎——热情面对

- (1) 声音形象塑造
- (2) 微表情的植入
- (3) 眼神的关切

2、被尊重——情感关注

- (1) 投诉处理中的六种声音
- (2) 投诉处理中的禁用语言

3、被关注——接一待二顾三

(二) ASK 探寻需求

1、聆听中的四部曲：同理心搭建模型

情感认同

内容认同

角色认同

需求认同

2、不但赞美还能引导客户行为——赞美中二级反馈的使用

3、如何用问引导出客户的需求

4、如何用问控制谈话节奏

(三) Respond 主动回应

1、客户投诉中的心锚效应

2、如何满足客户的预期

(1) 完整

(2) 实际

3、特殊场景下，当我们无法满足客户时

(四) Meet 满足需求

1、怎样还能再多做一点，超出客户预期

2、如何让表达更加有逻辑和影响力

3、细节处理与品牌搭建

第三讲 实战中提升投诉处理的技巧

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、顾客抱怨投诉处理步骤：

1、投诉中的心态调整

2、客户投诉处理的五步骤

A 释放+认同

B 确认

C 赞美+探寻

D 给出方案

E 道谢 + 跟进【小结】先处理情绪，再处理问题

四、顾客抱怨及投诉处理的六大策略

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；