

服务营销

讲师：张铸久

课程纲要

【课程名称】 《服务营销》

【课程背景】

【课程名称】等用前面标注的颜色，加粗 12 号字，行距是 1.0

【课程收益】

售后服务人员的角色定位，掌握服务营销技巧、工作流程与投诉解决等卓越实用的方式、方法，帮助售后服务人员第一时间缓和客户的不满情绪，塑造企业良好的主动服务形象，激发售后岗位工作热情；增强售后服务人员主动营销意识、提升售后人员信息收集、分析和挖掘客户能力；培养售后人员客户关系拓展和管理技巧，通过接触客户、了解需求、推荐产品、完成交易以及建立忠诚客户等阶段对服务技巧、营销技巧等全面了解，从顺利实现售后服务人员营销目标。

【课程对象】

【授课方式】 理论讲解+情景呈现+ 案例分析

【课程时长】 1 天，6 小时/天

【课程大纲】

一、售后服务人员对服务营销认知

- 全员服务营销理念
- 创新服务营销给企业带来的回报
- 什么是服务营销？
- 服务营销的特性
- 服务对促进销售的意义—循环圈
- 服务与销售如何完美结合
- 服务中销售的关键点

二、售后服务人员主动营销角色认知与修炼

- 售后人员如何扮演服务中的顾问角色
 - 1、服务中顾问形象的树立
 - 2、服务中顾问及专家角色的重要性
 - 3、成为顾问的关键点
- 售后人员的五项能力修炼
 - 1.一个惹人喜欢的脸蛋子——亲和力塑造
 - 2.一个能说会道的嘴皮子——语言表达能力及沟通技巧
 - 3.一个灵活思考的脑瓜子——营销及服务意识
 - 4.一双能进能退的泥腿子——执行力以及综合能力修炼
 - 5.一个能屈能伸的腰杆子——心态、情商以及问题处理

三、售后人员服务中销售前提：快速驾御客户心理

- 客户沟通风格的迎合
- 客户情绪分析
- 客户偏好分析
- 客户 5 大期望值的判断与超越

四、售后服务人员服务与销售的双重角色的有效平衡

- 服务角色与销售角色的冲突
- 如何防止过度销售
- 如何防止过度服务

五、售后人员服务营销中的四个阶段与七步曲

- 主动营销的四个阶段
 - 1、接待---服务形象及第一印象
 - 2、理解---感同身受及需求判断
 - 3、帮助---提供解决方案及超越期望
 - 4、留住---制造差异化及后续维护
- 主动营销的七个步骤
站相应、笑相问、礼貌接、及时办、巧推荐、提醒递、目相送

六、二次销售（客户需求挖掘与促成式缔结）技巧

- 推进售后服务中的交叉及增值销售
 - 如何扩大客户的购买欲望
 - 如何进行产品附加销售及交叉销售
 - 如何销售整合方案而非产品
- 如何塑造产品的价值及调动对方情绪
 - 产品说明的方法与步骤
 - 产品介绍的八大技巧及注意事项
 - 提出解决方案
 - 捕捉客户的购买信息成交的时机：客户在购买时发出的信息与信号
 - 提出购买建议（解决方案）
- 如何解除客户的抗拒点
 - 客户抗拒的本质：解除抗拒点的方法解除抗拒点的公式
 - 解除抗拒点的成交话术设计思路
 - 解除抗拒点原则
 - 解除客户抗拒的技巧
 - 处理抗拒点（异议）的步骤
 - 如何化解紧急客户对产品与服务的误解
- 成交
 - 为什么成交：
 - 成交技巧及注意事项
 - 实战训练；
- 如何提升重复购买率及客户忠诚度
 - 检查结果
 - 服务后期的回访
 - 榜样客户的宣传
 - 推动客户间的推荐