

课程名称：《关键时刻（Moment of Truth）》

——卓越客户服务技巧

主讲：李明军老师 6-12 课时

课程背景：

MOT 是最具震撼力与影响力的管理概念与行为模式。正是借助它，北欧航空公司成为服务经济时代的领跑者，摆脱了巨额亏损的困境，创造了奇迹，取得了连续 20 年赢利的骄人成绩。这样的业绩完全得益于北欧航空公司员工认识到：与每一位乘客每一次接触都是一个“Moment of Truth 关键时刻”，如果每一个 MOT 都是正面的，那么，你的客户就会更加忠诚，就会为企业创造源源不断的利润了。

MOT 在全球

- ✓ 美国西南航空公司借助 MOT 连续 20 年取得了骄人成绩
- ✓ IBM 耗资 800 万美元开发了 MOT 培训课程
- ✓ MOT 培训课程成为 IBM 唯一一门规定所有员工都必须参加的课程
- ✓ 麦当劳公司指定 MOT 课程为新员工上岗培训的必修课程
- ✓ MOT 概念一经推出，迅速成为众多世界 500 强企业竞相引进的培训课程
- ✓ 受惠行业涉及航空业、银行业、通信业、政府公共部门、医疗业及所有服务业

课程目标：

通过培训，致力于帮助学员：

1. 了解正面关键时刻对于企业的重要意义；
2. 了解客户服务基本概念，真正建立“以客户为中心”的理念

3. 掌握一个非常简单、好用的行为模式，一个分析客户需求的方法和一套影响客户的技能，从而让学员把握住和客户的每一次互动，创造富有价值的正面关键时刻

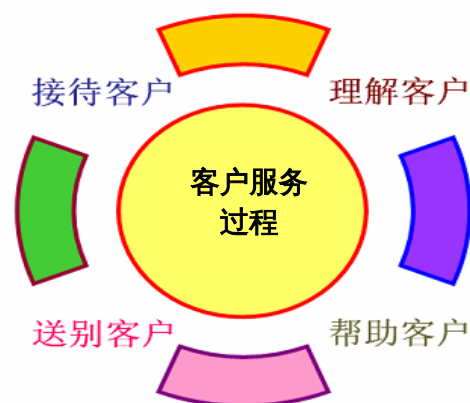
课程特色：

1. **聚焦行为**：课程是专为改变客户服务人员的行为模式而设计的课程，通过经典的关键时刻行为模式的学习，让客服人员将自身的价值在与客户的交流过程中传递给客户，在与客户接触的无数个“关键时刻”中，都留下积极与正面的印象；
2. **聚焦情景**：课程将通过案例分享、现场模拟、视频观摩等多种方式方式，让学员在案例和情境中理解和感悟，也便于学员向行为转化；
3. **实战经验**：讲师曾在通信运营商从事客户服务工作超过 10 年，同时有超过 10 年客户服务培训和项目经验，对如何把握关键时刻，形成良好客户感知有着深入的体会和理解。

课程大纲/要点：

第一章 关键时刻的涵义

1. 何谓服务？
2. 服务的目的
3. 客户为什么做出这样的选择？
4. 认知决定选择
5. 关键时刻 MOT 的涵义
6. 认知从哪里来：来自一线员工的行为
7. 如何在服务中把握关键时刻？
8. 客户感知服务的过程



第二章：接待客户

1. 如何表达对客户的尊重（1）：仪容仪表仪态

2. 如何表达对客户的尊重（2）：规范用语和动作
3. 如何表达对客户的欢迎：欢迎的动作与语音语调
4. 如何表达对客户的关注：接一待二顾三与全程关注客户
5. “接待客户”的规范训练

第三章：理解客户的沟通技巧

1. 理解客户三大技巧之倾听（1）：基本要点
2. 理解客户三大技巧之倾听（2）：关注情感
3. 理解客户三大技巧之提问（1）：请求式用语
4. 理解客户三大技巧之提问（2）：要求和期望
5. 理解客户三大技巧之复述

第四章：帮助客户的关键要点

1. 提出建议的两个关键：主动和合适
2. 主动在服务中的落地
3. 合适在服务中的落地
4. 服务难点剖析：客户需求办不到，怎么办？
5. 面对无法满足客户需求的三部曲
6. 常见的无法满足客户需求及应答要点
7. 服务过程中的5C原则
8. 5C原则在客户服务中的落地

第五章：送别客户

1. 服务中的“峰终定律”
2. 告别的一般流程
3. 必做事宜及规范要求：检查满意度、善意提醒等
4. 做到“超出客户满意”的常见做法