

# 《客户满意度管理》课程大纲

徐志

## 课程时长：

2天(12小时)

## 主要内容

### 第一部分 全业务环境下移动服务策略解读

#### 一、服务的本质

##### 1. 什么是服务

案例 1：为什么延安移动客户经理小刘遭客户冷遇的尴尬

##### 2. 服务与企业经营的关系

案例 2：湖南娄底移动客户经理如何发展校信通

##### 3. 服务营销组合 7 要素

#### 二、全业务环境下移动服务策略解读

##### 1. 全业务环境下客户特性分析

研讨与分享：你认为全业务环境下客户的需求及对服务的评价标准有哪些变化？

##### 2. 移动服务工作的得失探讨

研讨与分享：移动服务工作的得失

##### 3. 全业务环境下移动服务创新

案例 3：10088 外呼时应如何将服务和销售结合？

#### 五、服务管理者的责任和角色

##### 1. 策略提供者

##### 2. 激励者

##### 3. 指导者

案例 4: 江西上饶移动渠道经理小魏如何帮助一个县城合作营业厅提升客情关怀

### 第一部分 认识服务 认识客户

## 一、 认识客户

移动客户4大心理剖析

## 二、 认识服务

1. 服务的概念
2. 服务的本质

案例：某省10086的服务失误

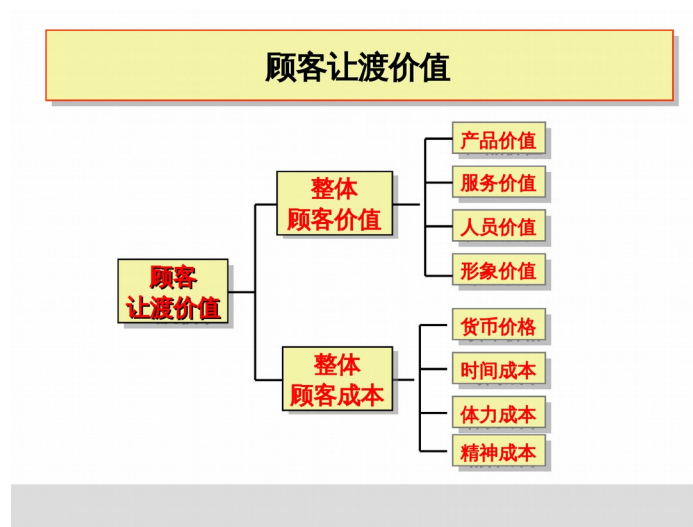
3. 正确的服务理念

讨论：你如何理解“顾客总是对的，决不要说顾客不对”

## 三、 服务不是什么

服务不能简单地认为

1. 服务就是对客户好
  - 1) 案例：湖南某移动送菜单
  - 2) 顾客让渡价值



2. 服务就是和对方经常接触
  - 1) 案例：延安移动一位客户经理的尴尬
  - 2) 常拜访对方并不能保证向客户提供价值
3. 服务就是有好的礼仪
  - 1) 缺乏灵活性的服务规范并不妥当
  - 2) 讨论：人们为什么见客户、见陌生人要微笑？
4. 好的服务要投入更多的成本

- 1) 案例
- 2) 好的服务和成本没有必然联系
- 3) 入不敷出的服务既不能持续，也不能提升品质

## 第二部分 提升客户满意度的九大方法

### 1. 针对客户需求

案例:广西崇左移动客户经理如何不花一分钱和这位有 50 名员工、开厂做家俱的新老板成为好朋友,进而说服其成为集团客户。

点评:对客户关系的社会学、心理学认识

### 2. 瞬间建立亲和力

NLP 技术

PMP 技术

响应技术

建立联系

### 3. 创造感知

讨论:如何向客户送出生日蛋糕

创造感知、提升客户体验的几大方法:把顾客变客户等技巧

创造感知、提升客户满意度的 6 类经典话术

### 4. 重新架构事实

案例:湖南客户经理小刘如何应对李校长对校讯通的异议

### 5. 管理客户期望

案例:一位集团客户关键人提出办一张“易登机”,但他不够条件,怎么办?

### 6. 增强客户“受控感”

案例:针对不同性格的客户如何送礼品

### 7. 提高预见性

讨论:一位老人买了一部 3G 手机可能会出现什么使用上的不习惯、不熟悉。

点评:指导顾客

## 8. 应对投诉

应对投诉的四因素分析法

**案例**：一位处长群发 200 条短信被屏蔽。哈尔滨移动王经理如何化解一位处长的有理投诉。

## 9. 整合资源

## 10.

# 壹、 做好服务的 5 大关键因素

## 1. 服务策略 1：通过组织化行为使“服务文化”成为组织的重要基因

1) 服务文化体的内含

2) 树立全员服务意识

解释全员：就服务而言有前台和后台之分。

3) **案例 15**：PPT 的版本自动转换

## 2. 服务策略 2：遵循客户导向构建服务运营体系

1) **案例 16**：10000 号咨询案例

2) 点评：围绕如何为客户创造价值

3) 客户导向意味着服务要和企业业务战略紧密结合

## 3. 服务策略 3：立足全过程为客户创造服务价值

1. 解释全过程；

1) 是客户导向。

2) 依据顾客的行为(四个环节)反推如何做服务。

3) **案例 17**：医院住院病人的第一需求

4) **案例 18**：百合网--深度服务

5) **案例 19**：理发店-如何深度服务

2. 依据顾客的问题，确定推出什么服务。

1) **案例 20**：东航起飞后航班提醒

## 4. 服务策略 4：优化服务设计提升服务效益

1. 服务设计的概念

2. 解释服务设计：

1. 包括组织面和个人面

2. 服务资源观

- A. 将服务资源投放于服务增值的工作
- B. 去掉服务中不增值的工作

## 5. 服务策略 5：为客户创造“全通道一致性”客户体验

### 1. 服务水准的层次：

从“不注重服务”到能够提供“基本服务”，从提供“基本服务”到提供“标准统一服务”再到“高质量服务”

### 2. 解释“全通道一致性”

当代商业生态中，“全通道一致性”更为重要  
现在有电子商务渠道

案例 21：香港又一城-保洁员的行为

案例 22：南方航空公司如何接待飞机误点的客户

### 3. 因此通道要整合

案例 23：棵棵树品牌的陈列

尽管渠道不同，但能提供一致的客户购买体验

例 24：如家客房内的设计好—虽然不大(深得服务要领)