

有效售后服务

课程背景：

在销售工作告一段落之后，服务工程师就是公司面向公众的窗口。服务工程师既可以推动公司与客户之间的关系，也可能毁了你们之间的关系。客户今后是否继续向你们公司进行采购，在很大程度上取决于服务工程师是否向客户提供了良好的服务。

服务工程师的工作并不轻松。如果他们能向客户提供良好的服务，就有助于销售人员今后继续成功地向客户进行销售。但是，现在服务工程师面对的通常是那些生气、烦躁且感到失望的客户（无论客户对错与否）。在客户眼里，服务工程师就代表了你们公司；与那些通过电话帮助客户解决问题的服务人员不同，一线服务工程师往往就成了那些感到不满意的客户的“出气筒”。

服务工程师通常需要独立工作，他们无法获得同事和上司提供的支持和帮助。如果服务工程师为了避免客户把怨气发泄到他们身上，就把责任推到产品、公司、销售人员或者客户身上，这样就很容易损害你们公司和客户之间的关系。

值得庆幸的是，如果服务工程师能够认识到他们的工作中存在的各种“陷阱”，了解如何正确处理与客户之间的关系，就能成为公司的“形象大使”，同时也可以更加轻松地开展工作，提高客户的满意度。本课程将帮助一线的服务工程师实现这个目标。

课程目标：

- 统一观念，明确服务在企业价值体系里的定位，服务对企业的重要性，增强一线服务工程师的自信心与自豪感
- 正确认识服务的内涵与特点，明确怎样的“服务表现”和“服务标准”才可以达到客户的满意建立大家对企业服务方式和服务要求的统一认识
- 了解把责任推到产品、公司、销售人员或者客户身上的做法会产生哪些负面影响
- 掌握在一线服务时面对各种“陷阱”（客户对公司的产品提出批评；由于客户没正确使用产品而导致故障产生；公司的政策、组织架构等其它因素增加了服务工程师的工作难度；销售人员没有把工作做好增加了服务工程师的工作难度）的应对措施

课程对象： 企业的一线售后服务工程师

课程时间： 1天（6小时）

课程大纲：

绪言：服务的价值

1、什么是卓越的客户服务

- **小组练习**：拼出卓越

2、卓越服务的价值

- **小组讨论**：服务的价值
- 卓越服务的价值
 - 客户满意带来客户忠诚
 - 客户忠诚带来持续利润

第一单元：关注客户体验

1、客户满意与客户忠诚

- 客户满意度的衡量标准
 - 客户的期望
 - 客户的体验
 - 客户满意度的衡量模型
- 客户忠诚度
 - 忠诚的客户是电信企业持续经营的基础
 - 企业客户忠诚的六个层次
 - **自我分析**：我的客户处于哪个忠诚层次

2、创造完美客户体验

- 客户对服务的感知源自客户的客户体验
- **小组讨论**：自己做为客户受到服务工程师对待的经历
 - 服务工程师提供了良好的服务和积极的行为
 - 服务工程师提供了糟糕的服务和消极的行为

第二单元：正确处理服务关系

1、服务工程师通常犯的错误

- **录像分析：是谁卖给你的呢？**
- 错误之一：批评公司产品
- 错误之二：责怪客户
- 错误之三：指责公司
- 错误之四：攻击销售人员

2、正确处理服务关系

- **录像分析：是谁卖给你的呢？**
- 维护产品的形象
 - 不要对客户说这些负面的话
 - 知识就是力量
 - 诚实为本
 - 问题即机会
 - 联系竞争优势
- 维护客户的利益
 - 不要对客户说这些负面的话
 - 公平对待客户
 - 倾听客户说话
 - 培养客户成为你的长期客户
 - 遵守对客户承诺
- 维护公司的利益
 - 不要对客户说这些负面的话
 - 客户的信任度
 - 忠诚度
 - 团队精神
 - 解决方案
 - 反馈情况
- 维护同事的利益
 - 不要对客户说这些负面的话
 - 你的工作
 - 整个团队
 - 为销售人员着想

总结

- 1、课程内容总结
- 2、行动计划拟定