

# 《金牌客服—高效的转化提升与客户回购》

## 培训课程大纲

讲师：公妍青

### 课程背景

1. 客服的重要性不言而喻，它是商品能否成交的关键人物，一名客服的优秀与否会直接影响到整体店铺的销量
2. 优秀的客服可以有效的提升店铺的转化率、客单价、搜索排名、服务口碑、客户回购率及客户粘性，并大大降低广告推广的费用占比，从而提升公司利润率
3. 目前大部分电商公司客服水平参差不齐，没有接受过系统化专业化的培训，对于客服销售和售后处理掌握不熟练，导致公司服务口碑和服务质量水平受到较大的影响，从而影响店铺的销售额、利润率和店铺好评率
4. 当今，互联网企业的竞争已由过去的流量竞争转化为客户竞争，谁赢得客户，谁就赢得竞争，而要赢得客户，企业必须建立一整套科学系统的客户定位和营销方法，有效开发新客户，留住老客户，让客户持续不断的进行回购，有效的进行客户生命周期管理，如何将客户营销理念，贯彻到企业的每一个流程，体现在员工的日常行为之中，是本课程的目的。

### 课程收益

1. 掌握客户大数据分析的方法和策略，提升数据洞察能力，可有效的进行客户数据分析和运用
2. 本次培训中有大量的实际案例分析及展示，可通过实用性角度提升客服的处理效率和工作能力
3. 通过本次培训，可有效的提升客服的专业素质和水平，在售前接待、关联销售、催单技

巧和售后处理方法和技巧有较大收获，从而提升询单转化率、询单客单价、售后服务质量得分

4.有效进行客户分类，加强核心客户管理，掌握针对不同层面和行为类型客户的服务方法

5.打造金牌服务能力，提升服务品牌形象和口碑

### **课程对象**

淘宝客服人员、客服主管；运营人员、电商公司市场部人员

### **课程时间**

1天（6小时）

PM：9：00-12：00；14：00-17：00

### **课程形式**

讲授辅导、案例分析、小组讨论、现场演练、数据分析

### **课程纲要**

#### **第一单元 新形势下电商人才必备素养与技能**

##### **1. 心理素质**

- 处变不惊的应变能力
- 挫折打击的承受能力
- 情绪的自我控制能力
- 满负荷情感付出的支持能力
- 积极进取永不言败的良好心态

##### **2. 专业技能**

- 良好的语言表达能力
- 倾听能力

- 具备服务意识
- 丰富的专业知识
- 沟通技巧

### 3. 品格素质

- 忍耐与宽容是电商人员的一种美德
- 不轻易承诺，说了就要做到
- 拥有博爱之心，真诚对待每一个人
- 谦虚是做好电商工作的要素之一
- 强烈的集体荣誉感

### 4. 综合素质

- “客户至上”的服务观念
- 工作的独立处理能力
- 各种问题的分析解决能力
- 人际关系的协调能力

### 5. 懂得总结

- 归类：尽可能多地看客服的聊天记录，归类所有出现的问题；
- 占比：将各个类目问题做一个占比的整理，看消费者最关心的是哪些问题；
- 着重解决：着重解决占比最高的问题，比如在这个问题的处理上提供更多的解决方案；
- 细致入微：可能有些问题的占比很小，但这些问题却对用户的决策有着至关重要的作用，比如鞋类的舒适度等。所以我们需要着重地为消费者解决这些问题。

### 6. 维护技巧

- 千人千面
- 客户解决方案

➤ 客户关系管理

## 7. 专业知识

➤ 天猫规则

➤ 售后技巧

➤ 销售能力

➤ 关联搭配

## 第二单元 千人千面—精准的客户数据分析

1. 深度解读客户画像

2. 设计客户画像的标签体系

3. 强大的数据洞察分析能力

4. 研究客户哪些数据

5. 数据可以产出什么？

6. 今日头条大数据利用分析

互动：本中心客户数据解读及分析、客户画像

## 第三单元 360 度无死角的售前准备

1. 规则学习

➤ 天猫规则

➤ 违背承诺高压线案例分析及解读

2. 工具使用

➤ 客户信息

➤ 订单记录

➤ 足迹

➤ 店小蜜

- 机器人
- 不同等级注册时间客户分析
- 各种表情有效利用

### 3. 熟悉产品

- 产品手册
- 产品卖点
- 关联推荐
- 解决方案

### 4. 沟通原则：

- 用语礼貌得
- 匹配客户风格
- 不顶撞
- 不否定
- 给予赞美
- 个性化服务特色

## 第四单元 高转化的达成技巧

### 1. 迎客

- 最佳旺旺响应时间
- 开始语设计
- 非自动回复更贴心
- 第一时间拉近与买家距离
- 大促活动时的接待技巧

### 2. 接客

- 产品 FAB 原则及技巧
- 盲目推荐事倍功半
- 抽丝剥茧层层递进
- 聊天记录判断买家需求
- 推荐什么样的产品
- 如何有效推荐
- 客户异议处理案例分析及技巧

优势差异化、换位思考、性价比、情感共鸣、等价交换

- 关联销售

确定关联销售的时机：迎客关联、催付关联、送客关联

确定客户的兴趣点

确定客户喜欢的关联形式

人与人的关联

- 订单催付方式及技巧

催下单

订单催付方式：旺旺（贴心服务、紧迫感、活动提醒）、短信（话述要点、催付时间、注意事项）、电话（催付时间、话述及注意事项）

老客户催付

催付时间

催付工具及话述要点

- 订单确认

### 3. 送客

- 好评提醒

- 微淘及微信提示
- 活动及上新
- 客户回购政策

## 第五单元 CRM 老客户管理

### 1. 老客户的重要性

- 提升回购率
- 提升客单价
- 提升 DSR
- 提高流量价值

### 2. 老客户的分类及管理

- 老客户的分类：按 RFM 模型分、按活动分、按会员等级分、按信用级别分、按消费习惯分
- 老客户的管理：旺旺管理、群管理、SNS 管理、CRM 软件管理

### 3. 老客户的维护

- 老客户的维护工具：客服人工、CRM 软件
- 老客户的维护方法：交易关怀、情感关怀、其他关怀

### 4. 老客户的营销

- 主动营销
- 互动营销