

《卓越的客户服务与管理》

课程大纲

课程目标：

客户服务于管理是为企业提供更全方位的管理视角;赋予企业更完善的企业利益相关者(客户、员工、相关政府部门和供应商等)交流的能力,借助先进的以内部客户为中心的管理思想,整合企业的资源、并在企业的内部实现内部客户信息和资源的共享建立统一的内客户服务中心,真正实现“一站式”服务,达到“内转外不转”的服务流程,就需要将销售、服务、市场一体化,作为企业客户服务、提高企业服务水平,实现客户的价值管理的基础。。为客户提供1-1个性化服务、改进客户价值、满意度、赢利能力以及客户的忠诚度,保持和吸引更多的客户,最终实现企业利润最大化随着通信市场竞争的日益加剧,服务和营销因素最终将取代价格因素和技术因素成为市场竞争的核心。

本课程通过大量的实战案例,通过培训,学员提高客户服务的意识、掌握内部客户服务的基本理念和服务技巧、方法。提高企业的整体内部客户服务的管理水平。学会如何做好内部客户服务、建立企业的形象和品牌形象,提高企业核心竞争力。通过对内部客户服务的全面了解,让学员对企业本身的管理、市场定位和有价值的客户、渠道和产品信息进行系统的整合,利用企业的运营数据,帮助企业做出正确的策略和决策并提供市场分析的依据。

学员的对象：

企业的高级管理人员、销售总监、财务总监、客户服务人员等。

培训时间：

1-2天

培训大纲：

第一讲 客户服务在现代企业价值链中的地位

- 客户服务在企业价值链中的地位
- 以产品为中心导向以客户为中心
- 销售市场服务一体化客户服务的流程和组织架构
- 企业赢利的内部客户价值最大化
 - 延长内部客户生命周期
 - 挖掘现有内部客户的潜力

第二讲 提高客户满意度的四大要素

- 客户接触面影响 客户满意度
- 产品质量是 客户满意度的基础
- 优质服务是 客户满意度的保障
- 企业形象是 客户满意度的期望
- 客户关系是客户 满意度的法宝
- 客户服务的分类—售前服务、售中服务和售后服务

第三讲 态度和意识直接影响内部客户的满意度

- 意识决定着服务的行动
- 态度决定着服务的质量
- 企业的文化与员工满意度的关系

第四讲 做好优质 客户服务的理念

- 客户是朋友，而不是“上帝”
- 实现双赢是客户 服务的本质
- 客户服务人员经常换位思考
- 加强团队精神训练，避免“踢皮球”现象
- 统一客服中心，实现一站式服务
- 产品设计、定价和销售群体分析
- 提高客户 满意度的技巧和方法

第五讲 售前、售中优质客户服务的实战技巧

- 实现客户的 1-1 服务
 - 客户细分的原则和方法
 - 人的六个基本需求
 - 如何进行内部客户分群—决策树方法
 - 新目标内部客户群的筛选
 - 内部客户关系网管理
- 如何快速实现潜在客户的信任
- 如何迅速掌握内部客户的个人需求和企业需求
- 如何收集客户 资料和信息的技术
- 差异化服务和营销
- 客户 关键决策人物分类
- 解决方案式销售—卖拐
- 熟悉、掌握产品和流程
- 停止告诉、谈话和讲述
- 了解客户的需求，而不是推销产品
- 学会解决方案式营销
- 心中时刻牢记目标管理
- 做对每一件细微的事情（鸚鵡的故事）

第六讲 以客户为中心的客户服务的方法和技巧

- 真正的销售是在销售之后
- 培养客户的忠诚度
- 客户服务便利胜于价格
- 幽默的语言可以解决棘手问题
- 客户服务就是解决客户的例外（超越客户服务）
- 人性化的客户服务
- 承诺一定要实现
- 不要使用模糊的服务语言

第七讲 处理客户建议、投诉的方法和技巧

- 处理客户投诉的步骤和方法
- 客诉客户的类型
- 客户投诉的主要原因
- 处理客诉的行动计划
- 客户异议处理的4P和7P模式
- 处理特殊客户投诉的技能
- 学会倾听，提高沟通能力
- 处理客户异议的方法和技巧
- 如何平息客户的不满
- 处理客户投诉的四种方法
 - “掉虎离山”法
 - “回踢皮球”法
 - “偷换概念”法
 - “反守为攻”法

第八讲 客户关怀的方法和技巧

- 客户服务的主动关怀
- 客户服务俱乐部模式
- 及时发现客户异常现象，快速实现客户关怀
- 主动关怀服务