

# 打造卓越服务营销团队

## - 提升客户体验和满意度

### n 课程背景：

当今社会已经没有所谓的服务行业，只是不同行业中服务的占比而已。产品由于“超”和“抄”，使客户对产品忠诚非常难，并且产品现在已经无法独立销售，一定伴随着服务和营销。同时，客户在年轻化的同时，价格不是选择某个产品的首要因素，客户更重视的是购买过程中良好的体验。那么，

- Ø 服务是否能被抄袭？
- Ø 我们是如何流失客户的？
- Ø 客户购买的心理过程是怎样的？
- Ø 客户在购买过程中，都会受到哪些因素影响？

### n 课程目标：

员工可以透过此课程培养良好的服务意识与职业化素养，对工作具有更多的责任感与热情，同时提升与各部门之间的沟通，以达到最大工作效益。此课程将重点放在员工态度的培养与实际工作上可以立即操作的专业工作技能如沟通技巧、服务礼仪，团队合作等等的执行，整体而言可以提升员工之整体竞争力，并建立更加完善的企业文化以形成良好的企业品牌形象。

### n 课程对象

服务者／服务管理者

### n 课程时间

2-3 天（根据需求内容进行调整）

### n 课程形式

- Ø 案例分享
- Ø 小组讨论
- Ø 情境演练
- Ø 团队游戏
- Ø 形体训练

### n 课程内容大纲（按照企业具体需求调整）

第一模块：从心出发-打通服务意识

第二模块：给客户良好的印象 – 环境及职业形象与礼仪

第三模块：为客户提供服务 - 高情商沟通

第四模块：在服务基础上的营销 – 销售技巧

第五模块：面对情绪暴力 – 提升情绪管理能力

第六模块：影响客户决策的因素 – 服务流程梳理

第一模块：从心出发-打通服务意识

一、 机遇与挑战

- Ø 解读当今竞争---企业的竞争就是争夺客户
- Ø 服务决定企业的生存
- Ø 服务是否能被抄袭？

二、 客户的决策与服务的关系

- Ø 客户的决策是主观而情绪的
- Ø 客户的决策波动受到哪些因素影响
- Ø 服务在客户决策过程中贯穿始终

三、 服务障碍因素分析

- Ø 什么影响了优质服务？
- Ø 什么影响了你与客户的距离？
- Ø 服务业问题分析
  - 忙□-□服务者自我认知能力□□□盲□-
  - 客户需求解读能力□□□茫□-□客户服
  - 务技巧不足

四、 服务意识是服务的第一步

- Ø 思维定势形成不同客户的认知
- Ø 客户什么时候需要我们的服务？
- Ø 客户需要什么样的服务？
- Ø 服务中的关键时刻
- Ø 关键时刻的行为模式

五、 服务从心开始

- Ø 快乐工作心态-工作是礼物
- Ø 感恩心态-客户给我们机会
- Ø 积极阳光心态-正向思考的力量

第二模块：给客户良好的印象 - 职业形象与礼仪

一、 第一印象的重要性

- Ø 首因效应可以影响一个国家的历史进程
- Ø 哪些因素会影响第一印象
- Ø 房地产公司里的音乐魔力
- Ø 星巴克醉人的香气

二、 服务人员礼仪概述

- Ø 礼仪≈企业利润
- Ø 得体的礼仪为你的服务加分！

### 三、服务人员仪容礼仪规范

- Ø 职业形象是客户对你能力的解读
- Ø 仪容要求---你的脸就是一张企业名片
- Ø 头发是你的第二张脸
- Ø 服务人员手部要求细节

### 四、服务人员仪表礼仪规范

- Ø 柜员着装规范
- Ø 鞋、袜规范
- Ø 领带、饰品规范

### 五、服务人员仪态礼仪规范

- Ø 服务中各种姿势的要领：站、立、坐、行、蹲
- Ø 手势服务人员的制胜法宝
- Ø 克服不雅的姿势
- Ø 眼神的规范与运用技巧
- Ø 微笑的魅力及训练

## 第三模块：为客户提供服务 - 高情商沟通

### 一、沟通原则---万变不离其中

- Ø 世界上最远的距离---咫尺天涯，不良沟通
- Ø 黄金法则—真诚
- Ø 白金法则—尊重
- Ø 钻石法则—同理心

### 二、理解需求

- Ø 顾客的需求包括业务、信息、情感和精神需求
- Ø 理解需求四部曲：望闻问切
- Ø 不要让客户的话掉到地上
- Ø 听的艺术
  - | 聆听的三个耳朵
  - | 倾听时的肢体语言
  - | 倾听互动游戏
  - | 感受客户心理活动，体验与客户共情
  - | 是企业的利益还是个人的利益？

### 三、满足需求

- Ø 有声原则-说的技巧
  - | 体验指责、讨好、超理智、打岔四种沟通风格
  - | 应该说什么话？如何说？
  - | 服务业中的魔力用语
  - | 使用积极的语言，把责任留给自己
  - | 为客户的客户着想

- ∅ 有声语言对服务的影响
  - | 如何说让客户感动的话
  - | 如何说让客户认同的话
  - | 如何说让客户有兴趣的话
  - | 如何说委婉的话
  
- ∅ 问的艺术：如何有效发问
  - | 开放式提问的好处
  - | 如何提问

#### 四、当受到权限和政策限制的情况

- | 肯定客户
- | 表示愿意灵活/尽力
- | 调整客户期望值
- | 寻求双赢的解决方案
- | 让他感觉好

### 第四模块：在服务基础上的营销 – 销售技巧

#### 一、顾问式销售的挖掘卖点

- ∅ 结构性的精准销售
- ∅ 整理自身的卖点
- ∅ 挖掘客户的需求
  - | 关注客户流露的每个细节
  - | 对环境提升觉察

#### 二、介绍卖点的方法

- ∅ 使用客户能听的语言
- ∅ 客户采购的心理流动
- ∅ 介绍话术
  - | 特征
  - | 优点
  - | 利益
  - | 证明

#### 三、异议的应对技巧

- ∅ 异议有两面性
- ∅ 异议的种类和应对方法
  - 价格异议
  - 品牌异议□□
  - 售后异议

#### 四、促成购买的技巧

- ∅ 注意成交信号，把握有利时机
  - 客户的表情
  - 客户的语言

- Ø 应对客户的拒绝
  - 让步
  - 二选一的方法

#### 第五模块：面对情绪暴力 – 提升情绪管理能力

##### 一、客户的基本情绪

- Ø 人的九种情绪
- Ø 消极情绪产生的四个原因
- Ø 情绪对美丽服务影响

##### 二、服务者情绪管理

- Ø 三思制怒法
- Ø 五大原则
- Ø 八个方法

##### 三、客户情绪管理

- Ø 化解一次情绪，建立一份友谊
- Ø 客户情绪管理法则-----客户情绪的遥控器在服务人员手中 □
  - 第一步：关注
  - 第二步：理解□
  - 第三步：认同□□
  - 第四步：引导
- Ø 缓解客户情绪的表达技巧
- Ø 客户抱怨与投诉的处理技巧

#### 第六模块：影响客户决策的因素 – 服务流程梳理

##### 一、对客户服务流程

- Ø 行动学习

##### 二、对服务者的服务流程

- Ø 行动学习

##### 三、团队生存游戏

##### 四、团队赢才能自己赢

##### 五、团队协作游戏：支援前线

