

《客户投诉处理与异议管理》课程简介

课程背景

“企业客户难求、有客户不成交、成交了不长久、成交后不满意”，是长期以来困扰企业销售工作的四个方面，在当下服务型经济趋向的环境下，除了企业的产品价值，市场竞争下的客户价值凸显，客户已成为企业生存与发展的重要决定因素，卓越的客户服务同时也为企业品牌和市场价值带来更深层次的影响。

当客户与企业发生矛盾时，客户投诉随时产生，这不仅是客户对企业市场行为的质疑，也交织着企业本身管理、外部社经环境、客户个性特征等多方面的因素。处理客户投诉既需要熟悉被诉产品与服务，又需要了解相关法律知识与政策，甚至是客户心理。《客户异议与投诉处理》课程从客户思维入手，帮助学员构建“客户异议”的全面概念，以投诉的认知、处理、预防与管理为线索和模块，帮助学员掌握消除客户负面感观的方法，使企业实现从痛点到亮点的转变，解决“成交不满意”的矛盾，助力达成业务目标。

课程目标

- * 学员建立以客户为中心的思维方式，正确看待客户各类负面反馈。
- * 学员掌握解决客户异议的方法，使用策略步骤处理多类客诉情景，重塑与客户信任关系，实现客户忠诚度。
- * 学员根据客户不同反应，了解客户异议产生原因，及时进行预防与干预。
- * 学员能够结合本企业实际情况，建立投诉管理规范框架和基本制度。

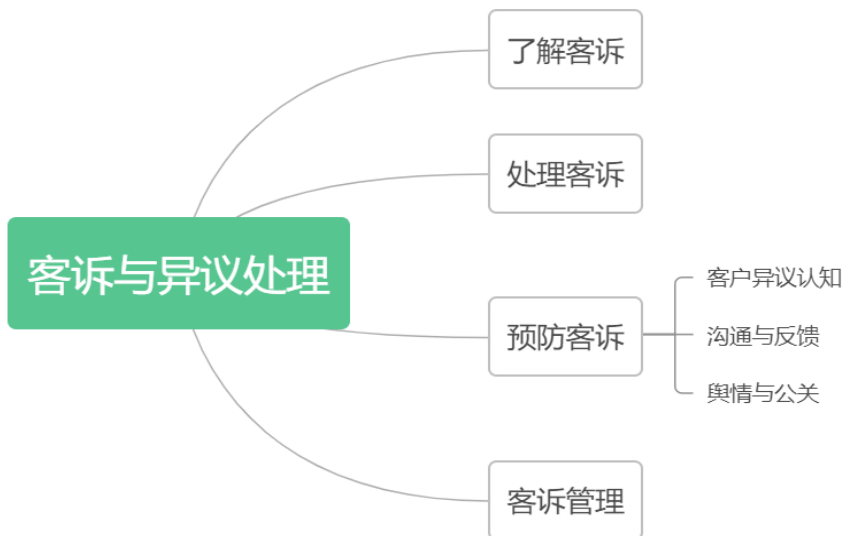
培训对象

需要面对客户负面情绪和反馈的销售、客服、运营、售后等相关部门人员。

培训时长

0.5-2 天 (6 小时/天)

课程导图



课程大纲

半天课程 (3 小时)

破冰

一、知己知彼：了解客户投诉

- 1、投诉伤害了谁？
- 2、客户投诉的原因及心理状态

二、投诉处理“五六三”

1、投诉处理五原则

- (1) 心情&事情
- (2) 小人&君子
- (3) 先人后己
- (4) 超越期望
 - 1 满意度方程式
 - 2 管理期望值

(5) 持续反馈

2、投诉处理六步骤

- (1) 细倾听：倾听金字塔
- (2) 集信息：四种武器
- (3) 诚致歉
- (4) 提方案
- (5) 得认同
- (6) 快行动

3、投诉处理三沼泽

- (1) 五大禁忌
- (2) 错误行为
- (3) 客诉误区

课程回顾与总结

1-2天课程 (6小时)

破冰

- 1、破冰
- 2、培训期望

一、知己知彼：了解客户投诉

- 1、投诉伤害了谁？
 - (1) 直接影响：直接损失、复购率、口碑、客户流失
 - (2) 间接影响：客服资源配置、岗位效益

2、投诉的收获

- (1) 查漏补缺机会
- (2) 客户链接机会
- (3) 绝地反击机会

1、客户投诉的原因及心理

- (1) 客诉六大原因分类
- (2) 客户投诉心理冰山

二、投诉处理“五六三”

4、投诉处理五原则

- (1) 心情&事情

- (2) 小人&君子
- (3) 先人后己
- (4) 超越期望
 - 3 满意度方程式
 - 4 管理期望值
- (6) 持续反馈
- 5、投诉处理六步骤
 - (1) 细倾听：倾听金字塔
 - (2) 集信息：四种武器
 - (3) 诚致歉
 - (4) 提方案
 - (5) 得认同
 - (6) 快行动
- 6、投诉处理三沼泽
 - (1) 五大禁忌
 - (2) 错误行为
 - (3) 客诉误区
- 三、投诉预防：从痛点到亮点**
- 1、异议识别与反馈
 - (1) 客户异议的反应
 - (2) 客户异议对策
 - 1 异议对策六模块
 - 2 乔哈里沟通视窗
 - 3 共情反馈技巧
 - (3) 不同程度异议的恰当反馈
 - (4) 舆情与公关原则
- 2、异议反馈前置
- 四、投诉管理：立规矩减不满**
- 1、客诉管理办法
 - (1) 划分等级、分类处理
 - (2) 台账清晰、利于追溯
 - (3) 首问负责、责任明确
 - (4) 事件上报、跟踪闭环
 - (5) 总结分析、通报追溯
- 2、人员管理
 - (1) 事件处理中的分工与协作
 - (2) 客诉处理人员的人文关怀
- 3、客诉处理部门的设置
- 课程回顾与总结**