

## 《基于客户思维的“服务力缔造”与高情商沟通》

### 课程背景：

随着产品的不断增加，产品与产品之间的差别越来越小，而且，产品的差异化是相对比较容易模仿的，那么对于企业来讲，如何塑造自己的差异化即竞争力，进而实现企业利润实现不断的增长呢？卓越的产品+满意的服务，让客户不断的满意和感动，满足客户的感性需求，满足客户深层次的感受好，在市场竞争激烈的现在，是企业制胜的长久之策。

以服务为核心，即表示企业在与客户互动的过程中，以客户为核心，需要企业的服务人员深刻理解客户，发现客户的主要需求，识别并满足客户的需求。这是一个需要不断学习和改进，对于服务人员来说，需要自我不断成长。因为每个客户都是不一样的，同时，客户满意是一个水涨船高的过程。

### 课程收益：

- 1、深刻认识具有客户思维的必要性
- 2、拥有客户思维，始于对客户的深刻认识和理解，从“冰山理论”、人脑运行原理等多个维度解读什么是以客户为中心，拥有客户思维；

3、以客户为中心，需要客服人员具备很强的洞察力，学会从多个维度分析客户的需求

4、服务的过程是与客户互动的过程，需要服务人员具有很好的表现力，掌握表现服务态度的方法和技巧

5、面对客户的抱怨，除了需要正确看待，更需要掌握如何发现客户的需求，进而引导和管理客户的期望值。

**课程时长：6小时**

## **课程大纲**

### **第一单元：从产品思维到客户思维的必要性**

1、激烈的竞争导致客户的选择增多，需要企业从产品思维到客户思维

2、客户满意=客户体验-客户期望值

3、 $100-1=0$

### **第二单元：服务力的基石--361°解读客户**

1、服务的过程就是人与人互动的过程

1、从客户角度解析客户是如何接受信息并对信息进行解读的

2、《象与骑象人》，从意识和潜意识的角度解析客户同时理解什么要满足客

户的感受及感性需求

3、从人脑运行原理进行深入分析

4、Disc 四类性格分析

### **第三单元：服务力的源头-洞察力**

1、倾听，识别客户的个性即主要需求

2、提问，发现客户更多的信息

3、逻辑分析能力

### **第四单元：服务是呈现的艺术**

1、 每个客服人员内心都有良好的服务态度，关键是如何让客户感知到

2、 语音语速语调呈现的技术

3、 在线沟通时如何运用表情符号

4、 卓越服务的文字运用技巧：文明十字用语等

### **第五单元：高情商沟通之客户投诉技能提升**

1、处理客户抱怨投诉的三个关键策略：身份、情感、逻辑

✓ 从身份的角度，学会灵活运用“身份”，卸下客户的防御心理，形成统一战线

✓ 从情感的角度解析，如何激发客户积极正面情感，让客户有宽容的心及合

作的意愿

✓ 说服的逻辑：FABE 策略、文不如数、数不如图、讲故事及对比策略

2、群体心理学重要的原则：互惠、社会认同、权威、承诺一致、喜好原则、

短缺原则

3、巧妙降低客户期望值技巧

✓ 巧妙诉苦法

✓ 表示理解法

✓ 巧妙请教法

✓ 同一战线法

4、当我们无法满足客户的时候……

✓ 替代方案

✓ 巧妙示弱

✓ 巧妙转移

5、顾客抱怨及投诉处理的对策

✓ 限时谈判策略

✓ 丢车保帅策略

✓ 上级权利策略

✓ 利弊分析策略

✓ 黑白脸配合策略

✓ 威逼利诱策略

✓ 息事宁人策略

(客户主要投诉痛点：客户投诉服务人员态度不好、客户投诉企业的制度不合理、客户投诉企业产品质量有问题、客户需要高额赔偿)