

工程师个人品牌塑造与客户服务能力提升

课程介绍

培训目的：

提升工程技术人员客户服务技术，明确服务流程和关键节点，降低客户抱怨，合理管理客户期望值，掌握客户服务的高效工作方法和创新思维，明白长期稳定的客户关系来源于服务过程中的点点滴滴。

授课方式：

方法论、案例分析和研讨、情景演练、影视学习研讨、问题互动、小组讨论与呈现。

授课时长：2天

学员收获：

- 1、协助学员理解工程服务工作的重大意义，提升自我改良工作意识和改良工作方法的动力。
- 2、掌握一线客户工程师的职业定位和关键能力体系要求。
- 3、掌握工程师职业素养和个人品牌形象塑造的方法，通过个人职业形象的提升，增强客户的合作信心，协助我公司提升整体的服务品牌形象。
- 4、掌握在复杂的工程服务运作环境下，对各方完成有效的沟通，顺利地整合各类工作支撑资源。
- 5、掌握在复杂的工程项目运作的背景下，把握全局、理清头绪、抓住关键、分析细节、对症下药，按照客我双方共赢的指导思路，按时保质保量地完成服务目标。

培训费用

培训对象

工程师、项目管理人员

联系我们

课程大纲

开篇

- 1、 破冰：如何给客户留下良好的第一印象
- 2、 课程介绍与教学引导
- 3、 课堂互动：
 - 1) 行业客户服务的难点和策略应对
 - 2) 新员工的优势与自信心的建立

第一部分 工程师的职业素养架构模型

- 1、 工程师职业素养修炼的意义
 - 1) 工程师的职业追求
 - 2) 工程师的职业发展路径
 - 3) 实现工程师、公司、客户三赢的局面
- 2、 案例研讨
 - 1) 即将开赴工程前线的工程师小张需要准备什么
 - 2) 到达工程现场的小张需要关注什么
- 3、 情景演练：和客户侧的工程主管人员第一次见面
- 4、 工程师的职业素养架构模型
 - 1) 行业发展形势分析
 - 2) 我公司与客户的关系定位变化
 - 3) 客户对服务工程师的期待
 - 4) 优秀工程师的职业素养模型
 - 5) 突出优势，以点带面：关于新员工快速成长的经验

第二部分 工程师的职业形象和个人品牌塑造

- 1、 公司服务品牌形象的根基：工程师的职业形象与个人品牌
- 2、 客户期待与什么样的工程师合作
- 3、 工程师在现场的角色定位
 - 1) 服务者
 - 2) 专业者
 - 3) 管理者
 - 4) 营销者
 - 5) 生意人
- 4、 修心与修行：如何构筑良好的工程师职业品牌形象
- 5、 工程师的专业知识结构：I型、T型和Π型
- 6、 影视片段学习和研讨：如何让对方在小型事务上乐于配合
- 7、 课堂演练：迅速拉近与现场客户人员之间的心灵距离

第三部分 提升客户服务能力的6大基本功

- 1、 与客户和伙伴有效沟通的原理
- 2、 平庸者与卓越者的分水岭：持续训练基本功的意义
- 3、 与客户良好合作的6项基本功修炼
 - 1) 观察：用心去审视客户现场的细微世界
课堂演练：阅读客户的工作环境
 - 2) 倾听：听懂对方的关键需求和潜在需求
实战应用：客户现场谈话的引导方向
 - 3) 记录：建设丰富的个人业务情报库
教学展示：管用的客户情报库样例
 - 4) 思考：寻求开启对方心扉的钥匙
 - 5) 呈现：做一个有感染力的观点推销者
课堂演练：
 - A. 站在对方的位置，明白无误地表达事件
 - B. 融入客户的内心，精准有力地呈现观点
 - 6) 整合：持之以恒地锻炼为服务资源整合专家
课堂演练：我是富有的工程师吗
- 4、 影视片段学习和研讨：如何说服难点人物与自己合作

第四部分 跨公司、跨部门沟通的基本意识和正确方法

- 1、 工程师需要现场协调的几类合作者
- 2、 常见的沟通与工作协调难题
- 3、 沟通的基本意识
 - 1) 有效沟通的基本问题：心态
 - 2) 有效沟通的基本原则：关心
 - 3) 有效沟通的基本要求：主动
案例分析：胜则举杯相庆，败则拼死相救
 - A. 凌晨3点的求助电话
 - B. 如何把职场“顽固派”变为“铁杆粉丝”
- 4、 沟通的基本策略
 - 1) 沟通与协作的常见误区
 - 2) 沟通与协作是一场求同存异的战役
 - 3) 沟通准备：兵马未动，粮草先行
- 5、 沟通行动准备
 - 1) 你真的了解自己即将面对的沟通对象吗
 - 2) 沟通能手的共性
 - A. 专业知识结构合理
 - B. 业务情报丰富
 - C. 各方的“愿景地图”清晰
 - D. 善于绘制各方“共赢地图”
- 6、 沟通技能
 - 1) 个人职业品牌形象在沟通中的作用
 - 2) 基于换位思考的两个沟通策略：黄金原则与白金原则
 - 3) 知己的策略：我有什么资源
 - 4) 知彼的策略：我如何才能说服对方
 - 5) 谨慎出击：让对方感觉舒适的沟通姿态和表达

6) 常见的沟通场景实践

- A. 离开网络和电话，和对方真诚地面对面
- B. 职业化的邮件沟通：化繁为简，提高效率
课堂演练：复杂情况下的求助邮件撰写
- C. 职业化的电话沟通：我听得见你的微笑和关心
- D. 如何睿智地向对方传递前线压力
- E. 如何协调各方之间的冲突
- F. 当自己卷入矛盾冲突时的沟通应对策略
- G. 面对高层管理者的沟通实践
 - a) 正确认识高层管理人士
 - b) 高层人士在工程项目中的作用分析
 - c) 如何与对端的高层人士沟通

第五部分 依靠团队取胜：整合客户需要的虚拟服务团队

1. 案例分析：团队整合

2. 工程前后端传统工作配合模式的特点与问题

- 1) 服务队伍不能有效捏合成拳头的原因分析
- 2) 普通工程师可以整合的服务资源支撑团队

3. “铁三角”专业一体化协同团队建设策略、方法和技巧

- 1) “铁三角”服务团队的目标和存在的意义
 - A. 构建稳定、可复制的跨部门、跨公司的高效沟通机制
 - B. 跨公司、部门、流程整合资源，“做厚”客户面
 - C. 协助公司服务管理流程变革
 - D. 输出相对稳定的客户服务质量，减少投诉的发生
- 2) “铁三角”沟通协作模式与现有服务管理体制的关系
 - A. 相辅相成、优势互补
 - B. 需要建设“铁三角”虚拟服务团队的情况
- 3) 如何组建（工程师的工作范畴）
 - A. 影视片段学习和研讨
 - B. 工程负责人如何审视和盘点内外资源
 - C. 关键心态：视“伙伴”为“客户”
 - D. 万事开头难，从简到繁：工作起步的策略
 - E. 思想动员：如何说服合作方的管理者支持“铁三角”跨公司、跨部门沟通机制建设
- 4) 如何运作（工程师的工作范畴）
 - A. 管理概述：“寻”合作机会、“定”工作界面、“建”沟通渠道、“顺”工作流程
 - B. 小组成员的沟通与协作工作要点
 - C. 情景剧演练：如何协调和整合对端人员

第六部分 工程一线的客户关系建设

1、 工程师常见的客户关系处理困局

案例分析：我永远都是弱勢的“乙方”吗

2、 新形势下的客户关系分析与定位

- 1) 从“甲方乙方”到“合作伙伴”
- 2) 关系发展路径：局外人 - 服务商 - 好朋友 - 合作伙伴

- 3、 客户关系建设的原理
 - 1) 为何客户感觉与你有缘：一切源于精心设计
 - 2) “社会交换”理论概述与商业世界关系营销应用
- 4、 如何与关键客户接洽和建立互信
 - 1) 工程师需要建设和维护的客户关系网络
 - 2) 客户关系建设实践
 - A. 关键客户关系建设如何起步
 - B. 课堂演练：如何让客户喜欢你
 - C. 走捷径——选择与锁定“项目领路人”
 - D. 重点客户关系维护与深化
 - 3) 课堂研讨：如何突破难点客户关系

第七部分 知识汇总与服务实战应用

- 1、 新工程师开赴一线之前的准备工作菜单和学习建议
 - 1) 调整心态
 - 2) 有效地学习和请教
 - 3) 建设内部关系，寻求支撑资源
 - 4) 提前向公司、客户、合作方、设计院了解项目现场情况
 - 5) 初步研究和预判工程各方的关切，制定初步的应对策略
 - 6) 出差之前的其他必要准备
- 2、 工程师到达现场之后的关键工作
 - 1) 为自己迅速营造一个友好的客户沟通氛围
 - 2) 确认现场的工程条件
 - 3) 协调远端的资深同事帮助确认
 - 4) 稳定客户情绪，增强客户信心
 - 5) 和客户共同确定目标、责任界面、验收标准，以及实施计划
 - 6) 和我方、客户方的管理层保持畅通的沟通渠道和汇报机制
 - 7) 实施过程中的常见风险类别和处理办法
 - 8) 完善客户情报整理和工程实施心得体会的要点记录
 - 9) 主持多方会议或者邮件形式的多方沟通
 - A. 定位问题、确定责任
 - B. 确定解决办法和具体落实计划
 - C. 及时鼓舞虚拟团队各方
 - 10) 进一步优化工程进度安排
 - 11) 项目结束，及时总结经验教训和改进建议，向公司反馈
- 3、 工程师与“二次销售”
 - 1) 二次销售的定义和意义
 - 2) 工程现场“二次销售”机会点经常出现的环节
 - 3) 如何平衡努力服务和预埋“二次销售”机会的关系
 - 4) 如何与市场人员配合，推进二次销售机会