

《卓越服务管理》-----4S 店版

培训对象：企业中高层服务管理者

培训课时：2 天

课程特色：

客服管理的 MBA 课程

课程所包含的十个模块内容，全景展示了企业客户服务管理的工作内容，涉及服务体系搭建、服务流程管理、服务产品创新、服务运营管理、关键客户管理、服务质量监控、服务团队管理、投诉系统管理等核心内容，使学员能够通过两天的学习，全面系统的掌握客户服务管理的步骤和方法。

使学员的客户服务管理水平提升到一个全新的高度。

全行业的适用性课程

任何企业只要有客户，就会有服务，本课程内容源自于不同行业中的服务标杆企业的成功经验分享，课堂上的案例分析，涉及航空业、房地产、银行业、保险业、证券业、IT 业、运营商、汽车制造、工程机械、家电制造、零售百货等多个主流行业，无论您来自制造业还是服务业，无论您的服务对象是个人客户还是企业客户，您都将在课程中学到针对性的管理知识、找到解决企业个性问题的方法和答案。

课程大纲：

模块一：4S 店的服务竞争力分析

- 一、 4S 店的服务纬度内涵分析
- 二、 服务与产品的差异性分析
- 三、 服务的客户感知纬度分析
- 四、 如何打造 4S 店核心竞争力

模块二：4S 店的服务前置管理

- 一、 车主满意度的构成理论
- 二、 服务前置管理的重要性
- 三、 4S 店服务前置管理策略
- 四、 车主成熟度的培养计划

模块三：4S 店的服务体验管理

- 一、 服务流程的车主感知标准
- 二、 车主接触界面平台的构建
- 三、 车主体验与关键时刻管理
- 四、 服务触点的人员管理要点

模块四：4 S 店的服务支撑管理

- 一、 后台支撑对服务响应的重要性
- 二、 前后服务管理体系的构建原则
- 三、 对后台支撑的扁平化管理策略
- 四、 强化后台服务支撑的有效工具

模块五：4S 店的服务产品设计

- 一、 服务产品设计的理念
- 二、 市场定位及需求分析
- 三、 服务创新的思维模式
- 四、 服务产品的延伸设计

模块六：4S店的客户关系管理

- 一、 客户忠诚度界定标准分析
- 二、 客户关系管理的价值分析
- 三、 个人客户群体的维护策略
- 四、 企业客户关系的维系策略

模块七：4S店的服务品牌管理

- 一、 服务可视化的重要性
- 二、 服务品牌的设计理念
- 三、 服务的宣传造势方法
- 四、 打造企业服务竞争力

模块八：4S店的服务质量管理

- 一、 服务质量监督对于企业的重要性
- 二、 服务质量监控的关键节点和指标
- 三、 如何用好客户满意度的评估工具
- 四、 怎样合理设计服务质量考核机制

模块九：4S店的客户投诉管理

- 一、 如何看待投诉对于企业的影响
- 二、 投诉管理体系构建的四个原则

三、客户投诉处理的关键步骤技巧

四、如何处理过度维权客户的投诉

五、如何避免和应对客户升级投诉

模块十：4S店的服务团队管理

一、 服务团队年轻化趋势分析

二、 服务团队管理的常见误区

三、 如何减少服务团队流失率

四、 营造服务团队的和谐氛围

五、 如何激发和保持服务热情