

《卓越服务管理策略》 课时 2 天

培训对象：企业客户服务管理者

《卓越服务管理》能够为以下问题带来答案：

- 1、服务的同质化竞争越来越明显。
- 2、八零后、九零后员工越来越难管理。
- 3、领导口头重视服务、行动上不给资源支持。
- 4、服务始终是成本，无法通过服务直接创造利润。
- 5、客户忠诚度越来越低，老客户流失率不断在增加。
- 6、客户期望值越来越高，对处理结果不满意的客户不断的越级投诉。
- 7、后台支撑部门对客户问题重视程度不够，解决问题效率低下，服务部门和后台部门常常有矛盾，难以相处。

课程特色：

1、 客服管理的 MBA 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，使学员能够通过三天两夜的学习，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。

2、 全行业的适用性课程

任何企业只要有客户，就会有服务，训练营的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，您都将在我们的训练营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：服务管理理论

- 一、不同行业的服务内涵分析
- 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、服务的企业价值和重要性

模块二：客户预期管理

- 一、客户满意度的构成理论
- 二、客户预期管理的重要性
- 三、客户预期前置管理策略
- 四、客户成熟度的培养计划

模块三：服务触点管理

- 一、服务流程的客户感知标准
- 二、客户接触界面平台的构建
- 三、客户体验与关键时刻管理
- 四、服务触点的人员管理要点

模块四：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：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：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：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：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：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：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