



销售人员客户服务营销技巧

课程背景

在经济全球化和全球信息化的浪潮中，现代企业日益紧密地与整个社会的经济活动“链条”联结在一起。大数据时代，企业管理已突破企业的界限，出现了更精确的客户关系管理，向企业外部延伸，并使之成为扩展了的企业管理的重要内容。

从传统理念上看，客户是企业的“衣食父母”；从现代理念上看，客户是企业的“利益相关者”。企业用自己的产品、服务以至整个业务活动，帮助客户在生产中或消费中取得更多的“剩余”，同时为自己赢得利润，达到企业价值增值的目的。

课程目标

- 认知客户服务的重要性，提升学员的客户服务理念
- 掌握投诉处理的实际操作技巧，提升在实际工作中操作能力，减少公司的损失
- 做好客户的管理，减少客户流失，提升客户忠诚度

课程对象

销售人员

课程时间

1-2天

课程方式

授课 40%（互动引导）+小组练习 20%+现场模拟演练 40%

课程大纲

第一部分 服务经济新时代--认知客户服务

- 客户的价值
- 客户服务的定义
- 客户服务的基本特征

第二部分 卓越的客户服务技巧

- 客户服务人员的素质要求
- 提升客户满意度的最佳途径
- 零客户成本拉住客户的手

第三部分 客户服务管理

售前

- 成功的开场白
- 强化来访的目的
- 信赖维持的支柱
- 确定客户优先考虑的问题
- 问题的类型
- 开放式及封闭式问题



- 顾问式销售提问策略
- 咨询性的问题
- 何谓 SPIN 模式？
- 如何开发需求
- **阐述并强化产品和方案的利益**
 - 特性及利益
 - 强化利益点
 - 展现增值利益
- **售中**
- **客户跟踪维护策略**
 - 定位客户关键人物
 - 展开商务公关，投其所好
 - 把握关键人物职业状态
 - 透析关键人物沟通风格
 - 全方位提升关键人物的支持度
- **合同签订后的服务策略**
- **售后**
- **寻找提高业绩的潜在机会**
 - 发现成功回访的好处
 - 了解客户的决策心理
 - 认清回访的关键行为
 - 设计回访问卷
 - 运用可靠的技巧进行回访
 - 认清失败的原因
 - 用正确的技巧提高业绩
- **心灵按摩，建立客户投诉处理系统**
 - 认识客户投诉
 - 思考讨论：
 - 客户是……？什么是客户投诉？
 - 你觉得客户投诉对企业有什么意义？
 - 1) 客户投诉的定义
 - 2) 客户投诉的产品原因及分类
 - 案例分析
 - 3) 客户投诉对企业的好处
 - 拼图游戏：优质客户服务意味着
 - 4) 投诉的四个阶段
 - 5) 投诉处理人员的核心能力
 - 处理投诉的沟通技巧
 - 处理投诉时的情绪控制
 - 6) 正确处理客户投诉的原则
 - 案例分析



- 有效处理投诉的步骤和方法
- 难缠客户的谈判策略
- 客户投诉处理的实战练习（设计相关案例安排学员现场演练）
- 预防系统，主动收集客户声音，加强客户对话
- 加强事后改善跟进，推动问题得到最终解决
(全文完)