

优质物业投诉舆情与服务管理

课程背景：

随着国民生活水平日益富足，消费需求日渐增高，消费体验由先前经济过渡到“心”经济，国家经济背景的新零售、供给侧改革均引导各服务型产业通过精耕细作，优化服务水平提升客户消费体验；而服务感知代表着企业形象，面对日益繁杂的客户状况，稍有不慎即引发投诉。不论是因为客户、自身或人为过失的原因造成投诉，都可能耽误时间精力，且对公司品牌造成极大影响；而面对客户异议，服务人员压力陡增、情绪对立、处理技巧缺失亦易让投诉进一步升级。如何提升从业人员水平，化解细微不满，处理客户投诉，提高运作效率，维持自身形象，是各大企业面临的一大问题。

我们的物业管理者们与一线工作人员素质修养的局限性会直接影带来行业口碑的影响。企业在目前高速发展的阶段需要形成头部效应，对客户创造价值，差异化服务。因此，各级主管人员、所有在岗员工进行素质修养、客户服务提升刻不容缓。

本课程结合客户心理与常见投诉场景，从时代背景下的服务观、塑造从业人员服务心态与意识；并对投诉形成正确认知，同时详细阐述投诉处理流程、分析特殊投诉场景，最后结合不同性格客户，提供相应解决方法，提高服务人员客诉拦截及化解的能力。

课程收益：

- 树立服务的新认知：了解时代背景下客户消费观及销售模式的变迁，提升客户服务意识；塑造积极的服务心态
- 掌握性格沟通策略：了解不同性格人群沟通特点，掌握与不同人员沟通的策略
- 掌握客户服务中危机管理的方法和原则
- 掌握投诉处理策略：深入理解客户投诉的原因的关键因素，掌握客户投诉处理关键动作

课程时间：1-2天，6小时/天

课程对象：企业销售人员、客户服务人员等

课程方式：课程讲授 50%，案例分析及研讨 30%，实操练习 20%

课程大纲

第一讲：物业服务之打开新局面

一、学员破冰互动

1. 分组

2. 游戏互动：按摩游戏 5 分钟

二、重构优质服务新认知

思考：通过游戏体验，你的第一感受与认知是什么？

1. 剖析“服务者”角色

2. 重构服务认知

3. 阐述优质服务核心要义

三、物业单位服务的重点

1. 我们是精英团队的体现

1) 融合文化

2) 互补技能

3) 一致目标

4) 为战友服务

2. 做客户的专业“管家”

3. 以提供服务的附加价值的形式
4. 个人价值感与成就感提升
5. 企业文化与软实力的展现

总结分析：工作的愉悦与尊重，其实是我们自己创造的

第二讲：投诉处理技巧

一、客诉根源认知

1. 客户为什么要投诉
2. 投诉认知——影响圈与关注圈
3. 什么语言或行为容易引起投诉？

二、客户投诉处理三原则

1. 原则一：百分百坦诚与尊重
2. 原则二：先处理心情，再处理事情
3. 原则三：兵贵神速

三、投诉处理六部曲

1. 隔离个案处理
2. 平复客户情绪
3. 用心聆听事实
4. 调整客户期待
5. 提供解决方案
6. 追踪客户意见

情境演练：投诉处理对对碰

第三讲：客户服务技能提升

一、让客户认可你

1. 认同客户而非找茬
2. 表达赞美的技巧
3. 表达同理心的技能
4. 如何树立专家形象

二、让客户满意你

1. 影响满意度的因素
2. 提升满意度的方法
3. 场景演练

第四讲：做好客户沟通——心意相连

一、什么样的沟通有利于提升我们的服务

1. 客户期待的沟通对象
2. 倾听、反馈与表达
3. 深度倾听，我入你心
4. 打造客户依赖感

二、DISC不同客户性格测评与解读

1. Dominance 支配型/主导型
2. 如何与D型人沟通与相处
3. Influence 影响型/社交型
4. 如何与I型人沟通与相处
5. Steadiness 稳健型/支持性

6. 如何与 S 型人沟通与相处
7. Conscientiousness 服从型/思考型
8. 如何与 C 型人沟通与相处

活动学习：自我探索

三、电话沟通技能提升

1. 电话沟通的 SWOT 分析
2. 换位思考：你想要哪种电话服务人员为你服务
3. 优秀电话服务人员的达成要点
4. 场景排练：“您好！有什么可以帮助您……”

第五讲：物业客服团队管理

一、客服团队如何看待自己的工作

1. 我的工作价值
2. 我的个人委屈
3. 我的耕耘，我的收获

二、客服团队的员工需要怎么样的领导

1. 领导的品德
2. 领导的能力
3. 领导的支持和包容

三、缓解客服团队的工作压力

1. 情绪压力来自哪里
2. 如何调节情绪，管理压力

四、团队建设如何做

团队聚力活动：群策群力，共创未来

第六讲：企业舆情管理与应对

一、企业舆情应对原则

二、企业舆情防范机制

三、具体应对方法

- 1) 预测预警
- 2) 兵贵神速
 - a) 钻石时间段——30分钟内
 - b) 黄金时间段——2小时内
 - c) 白银时间段——24小时内
- 3) 统一口径
- 4) 真诚沟通——“三要三不要”
- 5) 权威证实
- 6) 切割隔离
- 7) 沉默是金

8) 转移视线

9) 亡羊补牢

10) 化危为机

案例分析与互动

第七讲：新媒体时代下的企业网络舆情管理的具体做法

一、 我国网络舆情特点（抖音、微博、微信、论坛等）

二、 网络舆情的引导及应对案例

三、 一线员工面临媒体人的发言原则和话术练习

1) 要不要回答问题？谁来回答问题？

2) 面对媒体及大众的态度

3) 面对媒体发言的基本话术

4) 回答问题的天时地利人和

现场演练：小组组合，结合自身工作岗位和特点，分角色情境演练。

四、 媒体工作者常见的事件调查渠道及方法

五、 面对媒体采访的要求和准备

六、 媒体是平台，转危为机，化忧为喜

七、 打铁还需自身硬——为人民服务是宗旨