

# MOT 服务营销

## 课程背景：

企业在经营过程中是否会碰到以下这些困难：

- 1、营销和服务人员的素质高低不同，方式参差不齐，公司缺乏统一形象。
- 2、一边在不停开发新客户，另一边老客户不断流失，客户口碑毁誉参半。
- 3、即使采取了很多措施，客户流失率还居高不下。
- 4、遇到客户抱怨和投诉，怎么样才能把握机遇，推进合作？
- 5、在与客户的合作过程中，如何有效管理客户，提升客户体验，从而提升客户满意度？
- 6、如何打造一批高忠诚度的核心用户，提升客户的 NPS？

## 课程说明：

MOT (Moment of Truth) 是现代服务中最具震撼力与影响力的管理概念与行为模式之一。正是借助它，SAS 航空成为服务经济时代的领跑者。摆脱了巨额亏损的困境，创造了奇迹，取得了连续 20 年赢利的骄人成绩。继 MOT 在 SAS 航空大获成功后，众多全球 500 强企业竞相引进以 MOT 点为基础的相关课程。

该课程是专为改变企业（公司）人员的思维和行为而设计的课程，它从 MOT 的触点出发，注重不同时刻客户的需求点和期望值，通过有效的五步法，高效与准确地将自身的价值在与客户的交流过程中传递给客户，不仅留下积极与正面的印象，更超越客户期望，打造峰值体验。从而收获客户忠诚度和 NPS 值。

## 课程收益：

《MOT 服务营销》可以帮助与客户打交道的人员，如何把握 MOT 点，掌握客户需求，赢得客户关系，最终建立客户忠诚度，获取 NPS。

在本课程中，学员将会学习和掌握 MOT 的理念和方法，理解客户忠诚度和 NPS 理念。了解现代服务营销理念，有效提升企业全体员工的服务营销意识；

- ◆ 通过对“关键时刻”的深入理解，掌握企业为客户创造价值的关键时刻；
- ◆ 通过对“关键时刻”客户的需求和期望值了解，有效运用服务营销的核心技巧，从而为企业创造价值并赢得客户；
- ◆ 建立内部客户观念，通过内部协调运作有效提升客户满意度。

**课程时间：**1-2 天，6 小时/天

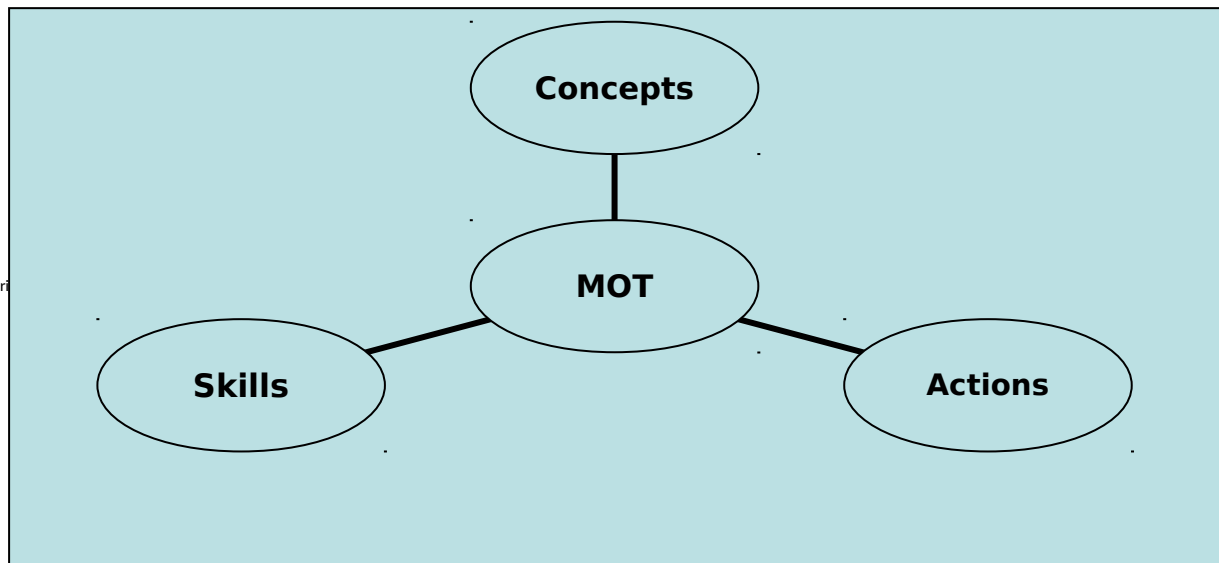
**课程对象：**服务经理、销售经理

一线服务人员、一线销售人员

直接或间接与客户接触的其他服务人员或业务人员

**课程方式：**授课、视频、互动、小组练习、案例讨论等

## 课程模型：



## 课程大纲

### 第一讲：服务营销和关键时刻（2次课时）

#### 一、认识服务营销

##### 1、服务经济时代来临

##### 2、服务营销的概念

服务营销能带来什么？

##### 3、客户是否满意的后果

客户满意度调查

##### 4、客户投诉的机遇

##### 5、忠诚客户的价值

#### 二、理解关键时刻

##### 1、关键时刻的概念和起源

1) 关键时刻的来临

2) 关键时刻的成功

##### 2、客户需求和期望值

1) 客户的感性和理性需求

2) 客户的期望值来源

##### 3、服务营销人员的素养

1) 树立内部客户的观念

2) 内部协作对客户的影响

#### 三、满意度标准和卓越服务的维度

##### 1、客户满意度的来源

1) 交付的服务 VS 感知的服务

2) 客户满意度的来源

##### 2. 卓越客户服务标准

1) 以客户为中心

2) 创造卓越的客户服务

##### 3. 提升客户服务能力的两个维度

- 1) 沟通能力
- 2) 解决问题的能力

## 第二讲：赢得客户的关键时刻（2次课时）

### 一、奠定基调

- 1、表达服务意愿
- 2、体谅对方情绪
- 3、承担解决问题的责任

### 二、问题诊断

- 1、客户的需求和期望
- 2、提问、倾听、复述
- 3、GUIDE 技巧

### 三、问题解决

- 1、管理客户期望值
  - 2、提出建议
- 论述过程中的 ABP 法
- 3、征求顾客建议
  - 4、达成一致

### 四、推动决定并跟踪

- 1、推动客户做出决定并核查
- 2、关注结束时候的关键时刻
- 3、持续跟踪并获取客户满意

## 第三讲：提升峰值体验，赢取客户忠诚度（2次课时）

### 一、提升客户体验的时机

#### 1. 客户体验的峰终理论

- 1) 峰终理论的剖析
- 2) 实践的价值和意义

#### 2. 打造峰值体验

- 1) 关注客户 MOT 时刻
- 2) 打造峰值体验

### 二、打造峰值体验的 MOT

#### 1. 欣喜时刻

- 1) 你的欣喜
- 2) 案例分享：你的第一次

#### 2. 认知时刻

- 1) 重新认知自我
- 2) 案例分享：我能行和我不行

#### 3. 荣耀时刻

- 1) 我的荣耀
- 2) 案例分享：我的里程碑

#### 4. 连接时刻

- 1) 我们的连接
- 2) 案例分享：共同时刻

### 三、客户忠诚度和 NPS

## **1 . 客户忠诚度**

1) 客户忠诚的表现

## **2 . 运用 NPS**

1) 理解 NPS

2) 使用 NPS 作为目标

## **总结 理解本课程的各种要素**

### **一、回顾本课程**

1. 回顾如何进行 MOT 服务营销

2. 掌握建立客户忠诚度的方法

### **二、行动计划交流**

1. 制定行动计划并交流

2. Q&A