

# 门店人员的服务营销技能

## 课程背景：

客户是指使用你提供的产品和/或服务的个人或组织，从这个角度出发，无论企业内外，日常工作中我们无时不在提供客户服务；而服务的效果也最终影响了企业的成败。

在企业外部，提升客户满意度的重要部分是客户服务；在企业内部，应该加强沟通和协调，避免部门或个人利益至上，摒除服务理念的不到位，从而提供满意的服务水平给到客户；在企业强调服务至上，把服务作为核心竞争力的今天，增强全员的服务意识，提高服务水平，完善服务机制，是企业获得竞争优势的关键。

## 课程说明：

《门店人员的服务营销技能》着重于全员服务意识的提升，优化服务流程，有效处理客户不满，并获取客户满意度。同时也提供了服务的工具和方法。

该课程是专为提升企业（公司）人员的服务意识和行为而设计的课程，他从服务理念出发，注重不同时刻客户的需求点和期望值，通过有效的服务流程，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，从而获取客户满意，赢得客户忠诚度。

## 课程收益：

《门店人员的服务营销技能》可以帮助企业全体人员，理解全员服务的理念，掌握卓越服务的工具，具备提升客户满意度，赢得客户满意的能力。

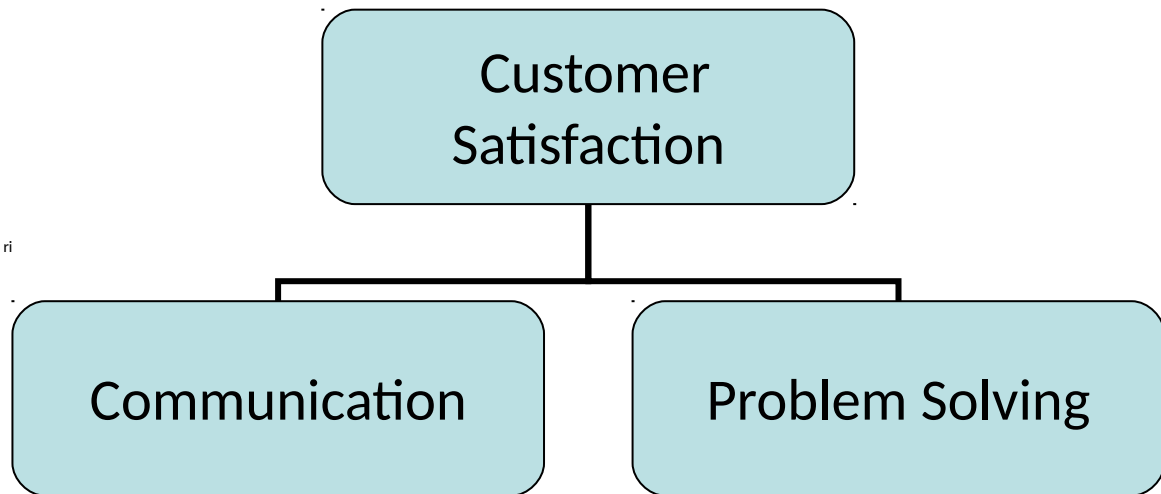
- ◆ 通过对“卓越服务”的深入理解，掌握企业为客户创造价值的关键时刻；
- ◆ 通过对“卓越服务”工具的掌握，有效运用卓越服务的核心技巧，从而能赢得客户满意，从而获取满意，赢得客户忠诚度；
- ◆ 建立内部客户和协调运作理念，有效提升客户满意度。

**课程时间：**1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  
公司所有支持部门的人员

**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：客户服务意识的提升

#### 一、客户服务概念及满意度

##### 1、关于客户服务

- 1) 谁是客户？外部客户VS 内部客户
- 2) 谁是客服人员？公司内部的服务意识

##### 2、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

##### 3、服务人员的素养

- 1) 树立全员服务营销的观念
- 2) 内部协作对客户体验的影响
- 3) 你的基础商务礼仪

#### 二、满意度标准和卓越服务的维度

##### 3、客户服务的关键时刻

- 1) 关键时刻
- 2) 客户服务中的MOT点

##### 4. 卓越客户服务的标准

- 1) 以客户为中心
- 2) 创造卓越的客户服务

##### 5. 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：门店服务营销流程

#### 一、良好的迎接

##### 1. 职业素养—良好的印象

- 1) 良好的姿势姿态
- 2) 基础的服务礼仪
- 3) 游戏：你心中的他/她

##### 2. 职业素养—沟通技巧（使客户融入）

- 1) 沟通的特点

- 2) 语音语调
- 3) 沟通用语

### **3. 开场白和欢迎**

- 1) 做个开场
- 2) 欢迎客人
- 3) 沟通中的同期声

## **二、沟通和交流**

### **1. 客户沟通--提问能力**

- 1) 问题的各种类型
- 2) 各种问题类型的优劣
- 3) 问题的组合运用及引导技巧

### **2. 客服沟通—倾听能力**

- 1) 倾听的重要性
- 2) 倾听的技巧
- 3) 游戏：倾听中的重组

### **3. 客服沟通—表达技巧**

- 1) 积极的表达词语
- 2) 有效组合积极表达
- 3) 如何应对客户的怒气

### **4. 客户技巧—拒绝客户**

- 1) 对客户的尊重
- 2) 拒绝的理由
- 3) 备选方案

### **5. 客户技巧--说服技巧**

- 1) 信任的建立
- 2) 客户需求的把握
- 3) 解决方案的论证

## **三、成交和感谢**

### **1. 客户技巧—成交技巧**

- 1) 成交信号和成交技巧
- 2) 连带技巧
- 3) 感谢和欢送流程
- 4) 后续跟踪和持续改善

## **总结 理解本课程的各种要素**

### **一、回顾本课程**

1. 回顾如何进行门店服务
2. 掌握获取客户满意的方法

### **二、行动计划交流**

1. 制定行动计划并交流
2. Q&A