

全员服务营销及技能提升-政府版

课程背景：

政府客户是指使用你提供的产品和/或服务的政府部门或组织，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政府客户服务；而服务营销的效果也最终影响了企业的成败。

在企业外部，提升政府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政府客户；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：

《全员服务营销及技能提升》着重于全员服务营销意识的提升，而非仅仅是销售部门、客服部门的努力。同时也提供了服务营销的工具和方法。

该课程是专为提升企业（公司）人员的服务营销意识和行为而设计的课程，他从服务理念出发，注重不同时刻政府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政府客户的交流过程中传递给政府客户，从而获取政府客户订单，赢得政府客户忠诚度。

课程收益：

《全员服务营销及技能提升》可以帮助企业全体人员，理解全员服务营销理念，掌握服务营销工具，具备提升政府客户满意度，赢得政府客户订单的能力。

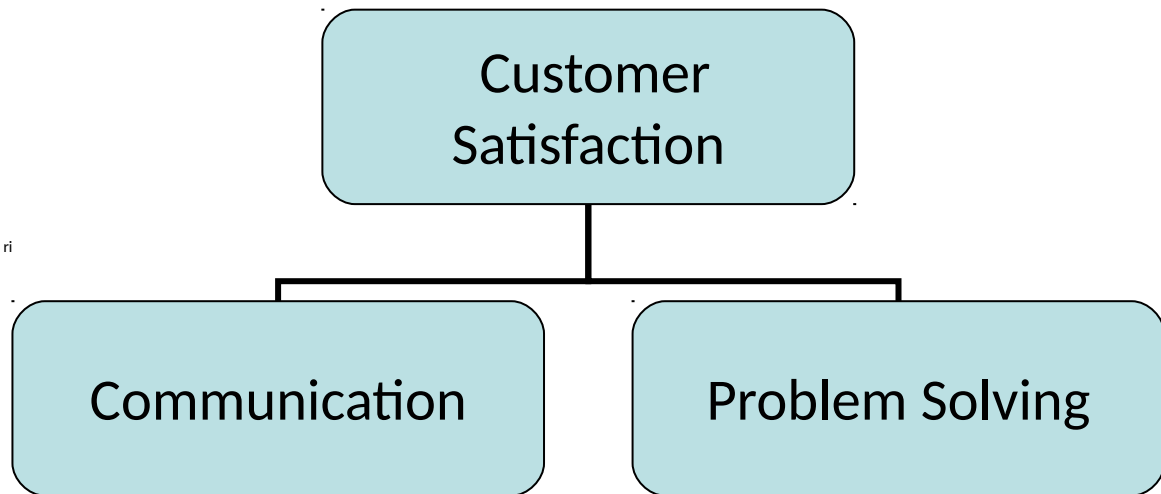
- ◆ 通过对“服务营销”的深入理解，掌握企业为政府客户创造价值的关键时刻；
- ◆ 通过对“服务营销”工具的掌握，有效运用服务营销的核心技巧，从而能赢得政府客户满意，从而获取订单，扩大市场；
- ◆ 建立内部政府客户和协调运作理念，有效提升政府客户满意度。

课程时间：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
直接或间接与政府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：全员服务营销意识

一、理解政府客户满意

1、认知政府客户满意度

- 1) 政府客户满意度的来源
- 2) 关键时刻的成功

2、政府客户需求和期望值

- 1) 政府客户的感性和理性需求
- 2) 政府客户的期望值来源（市场、品牌、口碑）

3、服务营销人员的素养

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

二、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、政府客户是否满意的后果

政府客户满意度调查

4、政府客户投诉的机遇

5、忠诚政府客户的价值

第二讲：服务营销技能的提升

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、政府客户的需求和期望
- 2、提问、倾听、复述
- 3、GUIDE 技巧

三、问题解决

- 1、管理政府客户期望值
- 2、提出建议（表达技巧）

论述过程中的 ABP 法

- 3、征求顾客建议
- 4、说服技巧
- 5、达成一致

四、善意推动后续解决方案

- 1、五种推动政府客户做出后续购买的方法
- 2、核查政府客户的满意度
- 3、持续跟踪并提升政府客户满意

第三讲：处理政府客户投诉和抱怨

一、化投诉和抱怨为机遇

1. 同理心的运用

- 1) 同理心特点
- 2) 同理心的运用

2. 提升政府客户满意度的 2 个维度

- 1) 提升政府客户感知
- 2) 有效控制政府客户期望值

3. 有效应对，寻找机遇

- 1) 政府客户的三大类反对意见
- 2) 不同意见的处理策略
- 3) 有效论证，获取政府客户认可

第四讲：提升峰值体验，赢取政府客户忠诚度

一、提升政府客户体验的时机

1. 政府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) 关注政府客户 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、政府客户忠诚度和 NPS

1 . 政府客户忠诚度

1) 政府客户忠诚的表现

2 . 运用 NPS

1) 理解 NPS

2) 使用 NPS 作为目标

第五讲 理解本课程的各种要素

一、回顾本课程

1. 回顾如何进行全员服务营销

2. 掌握建立政府客户忠诚度的方法

二、行动计划交流

1. 制定行动计划并交流

2. Q&A