

全员服务营销及技能提升

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；而服务营销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：

《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，从而获取客户订单，赢得客户忠诚度。

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，具备提升客户满意度，赢得客户订单的能力。

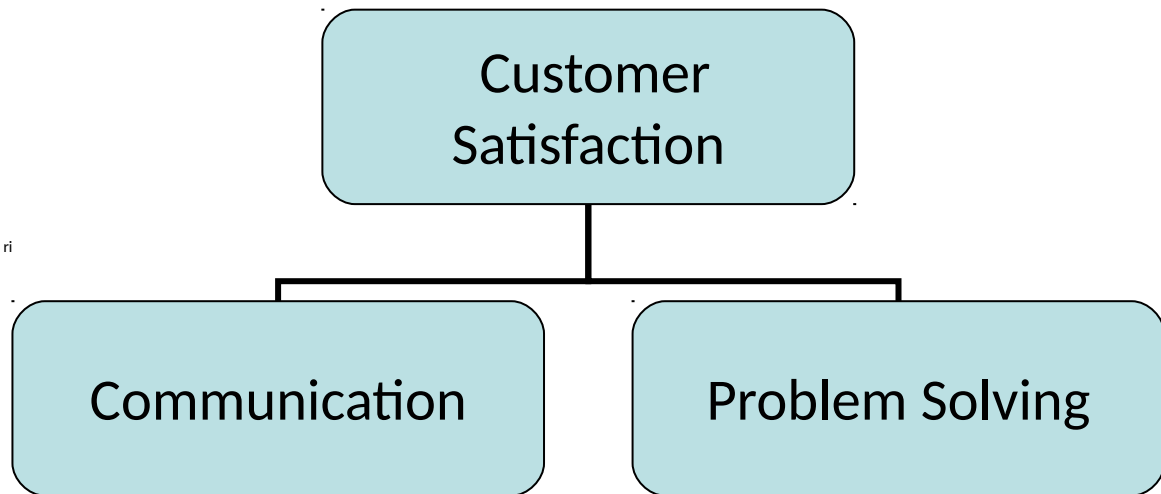
- ◆ 通过对“服务营销”的深入理解，掌握企业为客户创造价值的关键时刻；
- ◆ 通过对“服务营销”工具的掌握，有效运用服务营销的核心技巧，从而能赢得客户满意，从而获取订单，扩大市场；
- ◆ 建立内部客户和协调运作理念，有效提升客户满意度。

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：全员服务营销意识

一、理解客户满意

1、认知客户满意度

- 1) 客户满意度的来源
- 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（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、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

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、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（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、五种推动客户做出后续购买的方法
- 2、核查客户的满意度
- 3、持续跟踪并提升客户满意

第三讲：提升峰值体验，赢取客户忠诚度

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、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. 回顾如何进行全员服务营销
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