

卓越服务及技能提升

(制造行业)

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：

《卓越服务及技能提升》着重于全员服务意识的提升，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，从而获取客户满意，赢得客户忠诚度。

课程收益：

《卓越服务及技能提升》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。

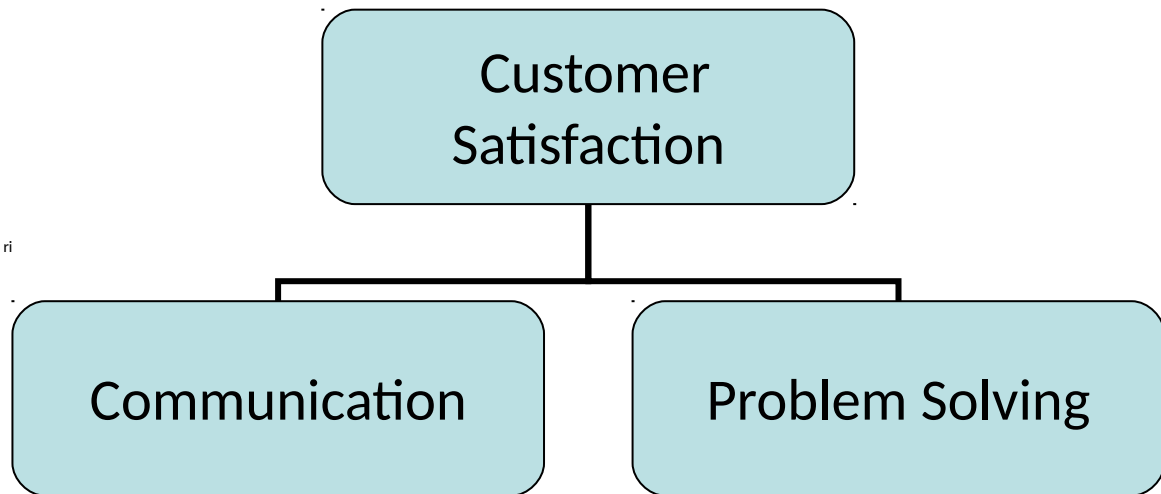
- ◆ 通过对“卓越服务”的深入理解，掌握企业为客户创造价值的关键时刻；
- ◆ 通过对“卓越服务”工具的掌握，有效运用卓越服务的核心技巧，从而能赢得客户满意，从而获取满意，赢得客户忠诚度；
- ◆ 建立内部客户和协调运作理念，有效提升客户满意度。

课程时间：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
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（目标：全员都认识到客户的重要性以及内部服务的理念）

- 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（目标：认知客户满意的来源，知道如何提升客户感知）

- 1) 交付的服务 VS 感知的服务
- 2) 客户满意度的来源

二、满意度标准和卓越服务的维度

3、客户服务的关键时刻（目标：抓住服务客户的时机）

- 1) 关键时刻
 - 2) 客户服务中的 MOT 点
- 售前、售中、售后中的各种服务

4. 卓越客户服务的标准（目标：优质客户服务的标杆）

- 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（目标：成为优秀服务人员必备的技能）

- 1) 沟通能力
- 2) 解决问题的能力

第二讲：卓越客户服务的旅程（目标：具备基本的客户沟通能力）

一、职业化素养

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—电话沟通技巧

- 1) 电话沟通的特点
- 2) 电话中的语音语调
- 3) 电话沟通用语

3. 职业素养—邮件/微信沟通技巧

- 1) 邮件沟通的特点
- 2) 微信沟通的特点
- 3) 邮件微信沟通注意事项

二、客服沟通能力

1. 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

2. 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

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

三、客服方案解决

4. 客服解决方案

- 1) 客户的需求分析
- 2) 把握客户关注点
客户在售前、售中、售后等不同环节的关注点

4. 论证解决方案

- 1) 征询客户的建议
- 2) 论证你的解决方案

SPICES 论证方案

第三讲：完善你的客服能力（目标：提升客服的一些关键能力）

一、客服高级技巧

1. 客户技巧—拒绝客户

- 1) 对客户尊重
- 2) 拒绝的理由
- 3) 备选方案

2. 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

3. 客户技巧--结束技巧

- 1) 感谢客户及其他
- 2) 后续跟踪

二、说服经典案例/游戏（目标：打造一次优质的服务）

1. 案例介绍及探讨

- 1) 背景介绍
- 2) 需求点把握
- 3) 提示

2. 说服游戏演练

- 1) 制订解决方案

- 2) 小组演示
- 3) 方案点评和探讨

第四部分：处理客户投诉和抱怨（目标：学习客户投诉处理技巧）

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. 提升客户满意度的 2 个维度

- 1) 提升客户感知
- 2) 有效控制客户期望值

3. 有效应对，寻找机遇

- 1) 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，获取客户认可

4. 找到再次销售的机会（目标：寻求继续销售的机遇）

- 1) 客户的真正利益所在
- 2) 风险和防范
- 3) 技术创新
- 4) 新产品推广
- 5) 你的善意提醒

5. 客户服务过程中的常见错误

- 1) 常见错误分析
- 2) 有效应对方法

第五讲：提升峰值体验，赢取客户忠诚度（提升客户体验，获得客户持久合作）

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

第六讲 理解本课程的各种要素

一、回顾本课程

1. 回顾如何进行卓越服务
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