

# 《MOT-服务满意度》

主讲：李想老师

## 【课程背景】

随着时代的发展，“服务”被不断赋予新的意义。在产品高度同质化及快速迭代更新的今天，客户必须作为企业最重要的“资产”来管理，客户的体验决定企业经营的成败。而服务则是每个行业得以体现差异化、个性化的核心竞争力，甚至成为企业赢利的一个重要渠道。对于直接接触客户的一线服务人员来说，掌握良好的服务技巧就显得尤为重要。

本课程旨在帮助一线服务人员树立正确的服务理念，掌握 MOT 的服务技能并能够熟练的运用

## 【课程收益】

- 让学员掌握在服务经济时代的现代客户服务理念，有效提升企业员工的客户服务意识；
- 掌握关键时刻的行为模式，并能够根据企业的服务流程进行运用，提出合理的解决方案；
- 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，从而为企业创造富有价值的正面关键时刻；
- 建立起企业内部客户的概念，促进部门与部门间的合作。

## 【课程特色】

- **系统性**：在较短的时间内将一个服务人员应掌握的理论知识和技巧科学地组合为一个整体，使学员能够全面、系统地掌握知识、提升技巧；
- **多样性**：采用讲师讲授、案例研讨、角色扮演、音像视频、情境模拟等多样化的方式实施，特别强化演练式培训；
- **实用性**：通过企业真实服务案例重现，和互动式的教学手段促进学员在培训现场的转化和运用。

【课程对象】 一线服务人员、服务主管

【课程时间】 6 小时一天

## 【课程大纲】

### 一、为什么服务这么重要？

- 1、服务经济时代来临
- 2、服务的本质是什么
- 3、客户满意与客户忠诚

- 什么是客户
- 客户满意与不满的原因  
案例：全美图书馆大调研

- 4、客户期望值管理
- 5、有效处理客户投诉的意义

- 客户满意的三个层次
- 客户不满意的后果
- 不满意客户的影响

案例：海底捞

### 二、服务经济时代如何因需而变？

- 1、客户的需求是什么？

- 马斯洛需求层次
- 多元化、多层次、复杂化
- 三觉式服务体验打造

## 2、服务如何应需而变？

- 变被动服务为主动服务
- 标准化服务和差异化服务

## 三、服务关键时刻的起源

### 1、MOT 的历史起源

### 2、MOT 的核心理念

### 3、MOT 的案例运用

- 海底捞
- 迪斯尼

讨论：找到本公司打动客户的 MOT 行为有哪些？

## 四、关键时刻的行为模式是什么？

### 1、营造氛围

- 首因效应
- 黄金定律
- 白金定律

讨论：我们怎么做会带给客户良好的第一印象？

### 2、分析问题

- 冰山图

练习：采购经理的背后需求有哪些？

- 客户的需求层次
- 聆听的层次
- 有效的提问

演练：通过同理心倾听安抚愤怒客户的情绪

### 3、解决问题

- 绿色客户需求
- 红色客户需求

演练：通过以上步骤解决王总的批量投诉问题

### 4、总结问题

- 总结内容和步骤

案例：托尼老师是这样吸引了无数客户

### 5、完善跟进

- 客户的后期跟进
- 客户分级管理

案例：一个保险代理人的成长日记

## 五、汇报演练

### 1、分组进行关键时刻行为模式案例演练通关。

### 2、总结回顾