

# 客户心理分析与投诉处理技巧

主讲：金玉成

## 课程背景：

在体验经济时代，客户更在意购买与服务过程中的感受，如果在过程中客户出现不满与投诉，也是一个关键点接触的过程，客户需要得到的不仅是一个快速有效的处理结果，还有一个倍受重视的心理过程，如果能够通过投诉及时发现问题，并让解决过程关键触点成为一种愉悦之旅，是提升客户忠诚度，把控企业增加最大资产的机会；对员工而言，工作同样是一种体验过程，上班清醒的时间中，有75%用于与工作相关的事情，因此，更应该享受它带来的乐趣和活力，但往往事与愿违，投诉成了员工普遍的一种压力与烦恼，如果能够从心理上转变对问题的看法，掌握分析问题、解决问题的能力与技巧，将会让员工在体验成就感的过程中不断成长。

## 课程目标：

- 1、充分认识有效处理客户投诉对企业发展的重要性；
- 2、了解客户投诉动机，掌握降低投诉及有效处理投诉的技巧；
- 3、正确处理客户投诉，提升公司的正面形象；
- 4、学会控制自我情绪，保持正面、积极的客户服务状态；

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：客服人员及相关管理者

## 授课方式：

专题讲授、案例讨论、情景模拟、经历分享、提问引导、头脑风暴、示范指导

## 课程大纲：

### 第一讲、为什么要重视客户服务和投诉处理

#### 一、客户不满的行为表现

- 1、不满意不投诉
- 2、不满意投诉未得到解决
- 3、不满意投诉得到解决，但时间太长
- 4、不满意投诉得到快速有效解决

问题讨论：投诉是好事还是坏事？

问题分析：分析那些悄悄走掉不投诉客户对我行的伤害

#### 二、有效处理客户投诉带来的价值

- 1、投诉体现客户的忠诚度
- 2、有效处理投诉给企业带来的好处？
- 3、有效处理投诉给个人带来的好处？

### 第二讲、客户投诉处理原则

#### 一、投诉的四个心理阶段

- 1、潜在抱怨、显在抱怨、潜在投诉、投诉
- 2、案例：客户王先生的投诉事件

#### 二、客户投诉的目的与动机

- 1、求发泄的心理
- 2、求尊重的心理
- 3、求补偿的心理

### 三、客户投诉的原因分类

- 1、正当理由：没有达成服务标准、情感受到伤害、承诺未兑现
- 2、非正当理由
  - A、对于非正当理由投诉怎么看？怎么处理？
  - B、恶意投诉
  - C、骚扰客户投诉
  - D、补偿型客户投诉
  - E、特殊身份客户投诉

### 四、客户投诉处理的总原则：“先处理情感，后处理事件”

- 1、投诉处理流程：  
鼓励客户发泄、倾听不中断客户、同理心回应、真诚致歉  
表达服务意愿、探询问题与需求、客户参与建议、立刻行动、确认结果
- 2、1-5 处理情感的技巧
- 3、6-9 处理问题的技巧

## 第三讲、客户投诉心理分析

### 一、客户需求心理学知识

- 1、产品属性与服务属性
- 2、客户消费心理的基础
- 3、服务产品的消费心理需求解析
- 4、感性客户在投诉中的具体心理表现
- 5、理性客户在投诉中的具体心理表现

### 二、客户心理基础模型

- 1、“显隐”性问题分析法
- 2、客户心理分析模型
- 3、客户事件“角色”引入

### 三、客户心理过程变化

- 1、以获取尊重为原则
- 2、以印证事件为方式
- 3、以得到认同为感受
- 4、以解决问题为目的

### 四、客户投诉心理互动“40法”

- 1、“探寻”阶段的“错与对”
- 2、“表明”阶段的“真与假”
- 3、“强调”阶段的“善与恶”
- 4、“博弈”阶段的“祸与福”

### 五、“十二种”特型客户分析

- 1、犹豫不决的客户
- 2、脾气暴躁的客户
- 3、自命清高的客户
- 4、世故老练的客户
- 5、小心翼翼的客户
- 6、节约简朴的客户
- 7、来去匆匆的客户
- 8、理智好辩的客户

- 9、张扬虚荣的客户
- 10、贪图小利的客户
- 11、滔滔不绝的客户
- 12、沉默羔羊的客户

#### **第四讲、投诉处理技巧**

##### **一、投诉处理的四字方针**

- 1、快：“如何缩短投诉处理时间”
- 2、准：“如何把我客户问题关键点”
- 3、牢：“怎样坚持原则又不被客户反感”
- 4、信：“如何增加客户对服务的信任”

##### **二、投诉处理的四个关键**

- 1、通：“道理怎么讲更有效”
- 2、拉：“地域关系、时间关系和人际关系的拉近”
- 3、拖：“怎么进行客户回复，什么时间回复效率高”
- 4、移：“能够转移客户关注点的方法有哪些？”

##### **三、投诉处理的四大禁忌**

- 1、不要引导客户投诉
- 2、不重复客户投诉的问题
- 3、不认同客户投诉的概念
- 4、不默认、不道歉

##### **四、提出建议**

- 1、巧妙降低客户期望值技巧  
巧妙诉苦法、表示理解法、巧妙请教法、同一战线法
- 2、当我们无法满足客户的时候  
替代方案、巧妙示弱、巧妙转移、立刻行动
- 3、立刻行动的注意事项：承诺服务、跟踪执行、营销发掘
- 4、长期跟踪产生忠诚客户
- 5、监督承诺的执行、回访
- 6、将投诉转为营销
- 7、确认结果

#### **第五讲、客诉预防管理**

##### **一、优化管理流程，完善管理制度，加强团队建设**

##### **二、提高客户忠诚度，防止客户流失**

- 1、影响客户忠诚度的 12 个因素
- 2、针对性设计客户体验流程

##### **三、提升客户体验，避免客户投诉**

- 1、最影响客户体验的 15 个关键
- 2、26 项客户体验

##### **四、培养服务意识，强化服务水平**

- 1、客服四种优秀服务意识
- 2、客服六种成熟服务心态

#### **第六讲、课程回顾与互动交流**