

服务营销与服务管理策略

主讲：吴昌鸿

课程背景：为什么服务人员总是得罪客户？为什么服务人员没有了积极性？为什么小问题被反反复复变成了投诉？这既是服务意识的问题，但服务意识背后还有更深层次的管理问题。服务很努力了，服务也按标准执行了，但客户仍然不满意，问题在哪？这就需要用服务品质模型的科学分析方法来寻找缺口，从而有效提升客户满意度和客户忠诚度。千篇一律的服务很难让客户眼前一亮，想做差异化又不只从何做起。本课程从实践中总结出了十余种服务创新的方法，而且还有实操工具。

授课方式：

分组教学：课程开始之前分组，培训以小组为单元进行讨论并 PK，根据问答、案例分析、演练等，针对性问题辅导，课程结束总结，优胜组表彰。

课程对象：管理层、服务人员及相关人员等

课程时间：2天

课程大纲：

第一章、服务营销管理理念

一、关键时刻与服务意识

- 1、关键时刻的影响
- 2、确保客户满意的关键

【案例分析】：关键时刻背后的秘密

二、客户满意与客户忠诚策略

- 1、客户满意的影响
- 2、客户满意与客户忠诚分析
- 3、客户满意的陷阱
- 4、客户满意的另一个维度

三、服务品质分析与管理

- 1、PZB 服务品质模式
- 2、服务期望的三个影响因素
- 3、服务的四大特征与对策
- 4、内部失败成本与外部失败成本
- 5、企业服务的四种类型

四、客户分级分类管理策略

- 1、客户需求标准
- 2、客户利益标准

3、成交可能性标准

4、员工分级策略

【头脑风暴】：如何克服服务特征中的负面作用

第二章、服务营销创新策略

一、以用户为中心

1、以用户为中心的三个误区

2、大数据和小数据

3、用户洞察的方法

【工具】用户画像、同理心地图

二、共创——服务创新之道

1、共创是什么

2、共创需要五类人

3、共创的方法

【工具】：头脑风暴、世界咖啡

三、整体性带来完整的品牌感知

1、整体性=用户体验×品牌

2、用户视角的旅程

3、痛痒爽+情感曲线重塑客户体验

【工具】用户旅程图

四、服务创新的由表及里

1、服务创新=前台体验+中后台组织设计

2、赋能组织让员工自发创新

3、服务蓝图重塑业务流程和组织

【工具】服务蓝图、服务缺口

五、服务设计的迭代

1、迭代要趁早

2、根据用户需求迭代

3、迭代要有不完美主义精神

4、迭代≠革命

5、服务原型

【工具】故事板、戏剧模型

六、服务创新思路

1、人性化服务

2、个性化服务

3、标准化服务

4、体验式服务

5、即时服务

6、一对一服务

【工具】服务创新四步法

【案例分析】：海尔的服务策略、海底捞的服务创新

第三章、客户满意与怨诉处理技巧

一、情感处理三部曲

1、表达服务意愿

2、体谅客户情感

3、主动承担责任

二、处理客户问题的技巧

1、客户的根本需求是什么

2、处理问题的五步法

三、服务沟通的技巧

1、服务人员的六个话语特点

2、服务人员声音十忌

3、服务人员避免使用的四类语言

4、服务用语三项原则

四、管理客户期望值策略

1、管理客户期望值的概念

2、管理客户期望值的原则

3、管理客户期望值的技巧

五、服务管理

1、建立客户抱怨渠道

2、协调处理机制建设

3、客户抱怨的分析

4、客户冲突管理

5、客户危机处理

【案例分析】：某企业的抱怨渠道建设

课程复盘：课程全程穿插更多的案例分析、实战问题分析、互动问答、角色扮演、实战落地工具等