

《在线渠道文字沟通与服务技巧》

讲授专家：杨茂林

培训对象：在线客服代表、主管、培训师

课程时间：2天

在线文字沟通，目前存在以下几个难点：

1、从客服代表来看，在线文字沟通早期90后人群使用较多，90后人群线上属性鲜明，沟通外向，面对这部分人群，客服代表形成了轻松活泼，喜欢卖萌的整体风格，以淘宝等电商类客服最为典型。但随着其他年龄用户的大面积进入该渠道，70、80用户对这种方式不习惯，00后却似乎无感，因此，一味的卖萌似乎不适合所有用户，这是以电商为代表的企业在线沟通面临的问题；

2、从企业端来看，企业是因为用户端的使用而开通在线渠道，员工大部分从语音渠道调度到在线渠道，习惯了语音服务方式的客服人员，不仅仅是沟通方式的变化，还要一对多个用户同时在线，从工作方式和服务方式上都需要新的技能培训，这是大部分企业面临的问题，而这类企业的客服人员在沟通和服务上就比较传统，这样做的优点是规范和标准，缺点是太过严谨，缺少活力，这是以金融行业、运营商、电力等为代表的企业在线沟通面临的问题；

3、从用户来看，遇到问题选择什么渠道是有区别的，业务咨询、业务查询、业务办理等非紧急类业务，会选择在线自助，一旦咨询在线人工，往往是业务遇到了问题，但不构成投诉，就会寻求在线人工，当然，有时投诉问题，个别用户也会选择在线人工。面对不同的情况，用户对沟通效率，沟通方式，语音风格都不相同，这就要求客服人员根据业务类型，以及用户文字的表现迅速做出判断，从而匹配最合适的沟通方式，这就对在线客服提出了很高的要求，这是用户一端面临的问题；

通过过去几年的了解，发现我们的在线客服人员通常会遇到以下这些难点：

- 1、对文字的感知不强，怎样才能表达清楚自己的想法，如何提高用户满意度；
- 2、无法通过用户的文字，快速判断用户的情况，情绪和需求；
- 3、文字表达能力差，遇到疑问问题，不知道如何表达自己的想法。
- 4、一对多，服务的难度增加了，不知道该如何优先排序；
- 5、如何应用文字沟通，缺乏系统有效的培训，都是个人摸索方法和经验。

杨茂林老师近年来主要研究互联网服务，深知一线员工的痛点，如何有效的与客户进行文字沟通，有效解决用户的问题，如何满足用户对在线服务的期望，如何创造用户愉快的沟通体验，如何有效倾听用户的需求，如何处理用户的投诉，如何使用互联网方式与客户沟通等，都是目前一线员工急需解决的问题。

课程收益：

培训完结后，学员能够：

- 1、了解在线服务的特征，并能结合自身业务定义服务风格；
- 2、提高在线沟通中对用户语义语境的理解；
- 3、提高自己的文字表达能力；
- 4、学习在线服务沟通技巧；
- 5、提高在线服务满意度；
- 6、提高疑难问题的处理能力。

课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	文字沟通的不同	1、文字与语音沟通区别 (1) 传递信息的能力不同 (2) 客户感受不同 (3) 客服代表感受不同 (4) 对员工的要求不同 2、客户对文字服务体验的期望 (1) 响应速度 (2) 答案准确 (3) 风格调性 (4) 流程简单 (5) 服务态度 练习：如何从语音沟通习惯转为在线沟通	通过本章节学习，学员将掌握文字沟通与语音沟通的不同
单元二	文字沟通基础	1、文字风格 2、不同的业务，不同的做法 (1) 咨询 (2) 查询 (3) 投诉 3、不同的客户，不同的文字风格 (1) 年龄 (2) 性别 (3) 性格 (4) 区域	提高在线文字沟通的基本能力
单元三	文字沟通技巧	1、如何通过文字识别客户的需求 (1) 如何准确判断用户的需求 (2) 既要关注客户的需求，也要关注自己的需求 (3) 客服人员沟通中出现的问题，是源于对沟通中权力结构的理解错误 (4) 文字的歧义 练习：客户的真实需求是什么？ 2、如何提高文字的表达能力 (1) 文字的魅力，如何提高文字的修养 (2) 文字表达的结构 练习：这些问题该如何回答 3、如何提高文字的亲和力，提高满意度 (1) 用词的不同 (2) 字数的斟酌 (3) 表情的妙用 4、基于问题解决的文字表达公式 (1) 同理心 (2) 冲突 (3) 问题描述 (4) 客户利益 (5) 行动 (6) 替代方案 练习：文字表达技巧提高训练	通过本单元的学习，学员可以掌握文字沟通的技巧，显著提高文字沟通能力
单元四	在线服务中的问题处理技巧	1、需求探索公式 (1) 客户心理分析-语言	掌握在线文字投诉处理的技巧和实用方法

		<ul style="list-style-type: none"> -语气 -表情 (2) 需求分析 (3) 听力三角形模型 -提问 -聆听 -反馈 2、处理方案公式 <ul style="list-style-type: none"> (1) 同理心表达 (2) 解决方案 (3) 替代方案 (4) 客户利益 3、积极行动 <ul style="list-style-type: none"> (1) 及时 (2) 履行承诺 4、确认与收尾 	
单元五	在线营销技巧	<ul style="list-style-type: none"> 1、不同交互类型中的营销机会 <ul style="list-style-type: none"> -咨询 -查询 -抱怨 -投诉 2、伴随式营销沟通话术公式 <ul style="list-style-type: none"> (1) 问题描述 (2) 冲突 (3) 替代方案 (4) 客户利益 2、伴随式营销流程与推荐技巧 <ul style="list-style-type: none"> (1) 根据客户需求推荐产品 (2) 一次推荐 (3) 如何有效进行业务推荐 <ul style="list-style-type: none"> -产品价值 -强调卖点 (4) 客户异议的处理—二次推荐 <ul style="list-style-type: none"> -客户异议 -异议处理 (5) 营销促成技巧 <p style="color: red;">练习：伴随式营销技巧</p>	掌握在线文字营销技巧和实用方法
单元六	文字客服情绪压力管理	<ul style="list-style-type: none"> 1、文字客服压力与语音客服压力的不同 <ul style="list-style-type: none"> 劳动强度不同 压力形式不同 缓解方式不同 2、分析压力源 3、适合不同年龄的情绪疏导方式 4、适合不同性格的情绪疏导方式 <p style="color: red;">练习：情绪疏导</p>	如何管理和缓解在线文字服务中的压力

本课程部分学员评价：

- 课程实用性强、实战易用 ——乐视客户服务中心总监李霜
- 本课程体系化讲解了在线客服的关键环节 ——广东联通客户联络中心经理赵航
- 课程不错，基本上走在了“在线客服”行业的前端，对公司在线客服定位很有帮助、老师分享的目前在线客服的案例比较有参考价值 ——招商银行远程银行中心在线客服主管王雪
- 课程内容实用性强，案例贴切、互联网思维与运营相结合的课程 ——乐视客户服务中心副总

监高莉丽

- 本人听过的互联网课程中具实用性的。
 - 美的电商客服运营管理主管 刘卓静
- 杨老师的课程是广东移动近两年少有的高满意度课程。
 - 前广东移动人力资源部 饶朝鑫