

重卡客户满意度提升

课程对象：总经理、售后经理、服务经理

主讲老师：马诚骏

课程时间：2天

授课模式：导师讲解、大量案例分析，双向沟通、疑难解答、针对性讲解、参与式研讨。

课程大纲：

第一节：商用车客户关系的模式转化

1、基于客户体验满意的服务创新理念

- 销售向服务营销的转型
- 买卖双方市场决策变化的转型
- 客户的满意度关注点解析
- 客户关系与客户满意度的服务营销

2、基于客户交互关系的客户管理创新理念

- 互联网下的客户关系维系
- 客户与企业之间的关系分析图表
- 客户参与的全新经销商管理理念的发展分析

3、基于数据化分析的管理模式创新理念

- 大数据时代的售后业务指向发展
- 数据化的售后发展与管理模式分析
- 客户管理数据与 KPI 分析，数据化的收集与管理

4、基于客户价值链延伸的商业模式创新理念

- 全价值链的商业模式分析
- 金融、保险、养护的创新模式分析
- 以客户为中心的延保与质保的流程分析
- 客户全生命周期的关系维系与管理

第二节：客户满意度提升对经销商的影响

1、提升经销商的利润（进场台次 x 单车产值 x 频次）

2、品牌当地的影响力与口碑

3、一个经销商综合实力与能力的体现

4、案例分析：经销商有那些因素会影响客户满意度

第三节：客户满意度提升策略

1、售后服务团队的搭建与人员分配

- 合理的客户关系管理部的人员分配解读
- 客户关系部的岗位职责分析
- 如何打造优秀的客户关系管理部团队
- 客户关系管理部与售后服务部门的链接技巧分析
- 案例分析（福田戴姆勒的客服系统分析）

2、服务人员的态度与素质打造

- 什么是客服人员的黄金心态
- 提升综合素养的六个策略
- 视频案例展示（心态的重要性）
- 如何用心做事，用心体现在那几个层面
- 客户人员的专业能力提升策略分析

3、提升满意度的措施与方法分析

- 做好促进客户忠诚的服务准备
- 感知主动热情的客户接待
- 用提问找到客户真实的期望
- 倾听与反馈中的感同身受
- 超越客户期望的四个要素

4、提升经销商客户满意度的服务战略分析

- 如何提升与竞争品牌的优势服务展现（生活用品案例给我们的启发）
- 超越竞争对手，让顾客有感觉----快（广州本田售后案例）
- 考虑问题全面和周到-----细（东本售后案例）
- 满足客户的需求，超越客户的预期-----多走一步
- 符合顾问的心理要求-----精准
- 达到顾客的满意度-----好
- 了解竞争对手做了哪些努力-----差异化服务

5、售后层面如何提升客户的满意度

- 原厂的配件供应与和质保服务
- 提升维修工人的综合素养（一次性修复率、交车延误等）
- 厂房设备的专业化水准，更专业的服务
- 标准化的售后服务流程操作细节解读
- 服务质量与运营成本的双轨管理策略分析
- 重卡特色的维修服务（上门服务、回场检查、道路救援等）
- 互联网层面的客户关系维系策略解读