

# 基于用户感知的提升

## 【培训目标】

通过培训，使学员深入了解和掌握中国移动目前的宽带接入技术现状与挑战；深入了解和熟悉全业务运营下家庭宽带的用户感知提升；深入了解和掌握全业务运营的个人、家庭、集团客户宽带接入解决方案，以及中国移动宽带技术发展策略。

培训后需根据要求组织学员进行课后测试和讲师满意度测评，整理并准备培训的电子版内容以备学员课后学习，并结合课堂中的考勤考核、质量考核等数据进行培训质量评估，改善培训设计及管理。

## 【培训对象】

分公司营业员、客户经理等一线服务人员、网络维护人员、后端基层管理人员等

## 课程安排



### 第一部分 培养积极主动的服务意识

#### 一、认识服务？

##### 1、服务的三个层次

- ◇ 超越期望值服——忠诚度 客人的忠诚度是企业的核心竞争优势
  - 案例：价值 650 亿美金可口可乐公司，被轰炸后可在一个月内恢复
- ◇ 附加值服务——满意度
  - 案例：附加值增值服务所带来的效益 ◇ 基本服务——无怨言
- ◇ 基本服务——无怨言

##### 2、客人满意的三个层面

- ◇ 商品——直接 1
  - ◇ 服务——直接
  - ◇ 企业形象——间接
-

### 3、客人满意服务的5个因素

- ◇ 可靠性——态度
- ◇ 响应性——反应
- ◇ 安全性——专业
- ◇ 移情性——耐心
- ◇ 有形性——仪容

### 4、优质的客户服务表现——查查你现在的服务水平

——小组研讨：客户为何不满 ——现场模拟：服务目标： 在最短的时间，用最少资源，花最小的努力，取得最快速、达到最有效的服务水准。

## 第二部分 构建一流的客户服务体系

——完善的客户服务体系是整体服务潜力发挥的可靠保障

### 一、认识客户服务体系

#### 1、客户服务体系的框架

#### 2、优化客户服务流程

——小组讨论：著名企业的客户服务体系案例研讨

#### 3、提升客户服务标准

- ◇ 服务标准由谁决定
- ◇ 我的行为如何影响服务标准
- ◇ 服务标准提升与完善的机制保障

——现场演练：问题导向

#### 4、客户服务管理体系的制度、规范、文件

- ◇ 客户服务管理相关制度包含的主要内容
- ◇ 客户服务管理制度建设的几种思路
- ◇ 客户服务管理制度建设与发展的原则

——案例分享客户服务管理制度

---

### 第三部分 客户满意度与忠诚度管理

#### 一、影响客户满意度的三个原因

- 1、产品/服务与客户需求之间匹配的程度 (match)
- 2、质量/服务本身的质量 (quality)
- 3、价格 (price)

#### 二、客户满意度提升与客户服务的密切关系

- 1、客户挽留策略
- 2、建立客户忠诚度的核心纽带

#### 3、忠诚客户到客户忠诚

- ◇ 要吸引一个客人，所花费的成本是要比留住一个客人的成本5——7倍；
- ◇ 要消除一个负面印象，需要12个正面印象才能弥补；  
——小李看相好与坏相。
- ◇ 企业为补救服务品质欠佳的首次消费者的印象，往往要多花25%至50%的成本。
- ◇ 一百位满意的客人可衍生出15位新客人；
- ◇ 每一位抱怨的客人背后，其实还有20个客人不满意（告诉其他人）；
- ◇ 提高客人的忠诚度利润可增长5至17倍；使客人的忠诚度提高5%，企业的增长利润

可达到25%至85%；

#### 4、客人忠诚度的重要性

- ◇ 90%的客人会避开差的服务公司
- ◇ 80%的客人会找服务好的公司；
- ◇ 20%的客人为得到好服务，宁愿多花钱；
- ◇ 回头客会为公司带来50%——80%的利润；

案例分析带来的启示——宁愿一人来千回，不愿千人来一回，做好服务是保证企业成功的秘诀。

### 第四部分 客户服务

3

人员的能力提升

#### 一、客户到底要买什么

---

服务代表的能力

→ A-- Authority Action

→ E-- Education

→ H-- Humor

→ L-- Listen

→ N-- Needs

→ P-- Passion

→ S-- Service Smart Smile & Speech

——分享：客户服务代表的素质---3H1F (Head Heart Hand Foot)

## 第五部分 投诉是金——正确认识客户投诉

一、客户投诉产生的原因

二、客户投诉产生的目的

三、客户投诉产生的好处

四、企业流失客户的主要原因

## 第六部分 处理客户投诉的方法

一、处理投诉的基本方法

二、处理升级投诉的技巧

三、处理疑难投诉的技巧

四、尽最大努力让客户满意是处理客户抱怨时的积极态度

五、处理客户投诉是在寻找双赢的平衡点

六、弹回式服务弥补技巧 (BouncingBack) ；

七、掌握有效抚慰情绪高度激动客户的方法；

——案例分析：总结与演练处理客户抱怨的六步绝招

——角色扮演：演练接待投诉的 CLEAR 技巧

八、处理顾客投诉与抱怨的方法

九、重大投诉处理 <sup>4</sup>

十、不回避并找出原因

总结：前事不忘，后事之师 ——视频分享及案例分析：松下的客户抱怨中心

---

