

《通讯行业客户抱怨投诉处理技巧》课程大纲

【课程背景】

5G时代，竞争加剧，移动互联网带给手机用户新的体验，选择手机影响了用户选择运营商，智能终端带动了流量增长，传统以话音业务为基础的套餐包正在向流量经营转变。随着智能手机的增多，很多客户无意中就会使用手机上网，并导致产生高额流量费，与此同时，其它如流量经营、终端产品、应用业务等各类业务的多样化发展，也带来营客户投诉和抱怨的增多，有效提升服务质量和降低客户投诉成为了阶段性主要工作。本课程助您进一步认知了解客户心理，掌握客户投诉应对的沟通工具和技巧方法，提升一线员工整体投诉应对能力及客户沟通能力，提升投诉处理满意度。

【课程收益】

- 1.正确理解顾客的抱怨与投诉产生的原因；
- 2.了解处理客户不满的行为规范，树立使客户满意的正确行为标准；
- 3.掌握客户心态，使学员了解合理处理投诉的系统知识；
- 4.掌握客户投诉处理的一般流程；
- 5.学习客户抱怨和投诉的处理技巧，以补救服务过程出现的差错；
- 6.通过投诉处理及沟通技巧的合理运用，把客户抱怨与投诉转化为提升服务水平的一个契机；
- 7.对客户投诉进行详细的分析，并从表面原因、服务原因、深层次的系统原因进行剖析，提供相应的问题解决技巧。

【课程时间】 1-2天/6-12课时

【培训对象】 营业厅现场管理人员、投诉处理员、一线营业员

【培训形式】 理论讲授、视频教学、角色扮演、互动游戏、分组讨论、故事分享、案例分析等

【课程内容】

一、通信企业客户投诉的发展

1. 中国运营商通信行业客户投诉的发展特点
2. 通信企业客户投诉演变趋势
3. 5G时代的客户投诉趋势预测

二、通信行业常见客户投诉的分类

1. 通信行业投诉的常见分类模式及划分依据和标准
2. 通信行业不同类别投诉客户的行为特点

三、赔偿标准的界定

1. 案例分析“该不该赔”
2. “该不该”--投诉中合同的保管相关规定
3. “赔多少”—赔偿相关申诉时效
4. 关于公开承诺的法律效应

5. 关于双倍返还
6. 投诉、申诉、诉讼的区别

四、 焦点难点投诉处理

1. 焦点难点投诉的界定和判定标准
2. 焦点难点投诉的特点以及基本的界定标准
3. 焦点难点投诉的原因和后果详细解剖
4. 情景式角色扮演：“运营商公司是不是乱扣费”

五、 安抚客户的情绪

1. 常见特殊投诉客户行为方式的划分
2. 特殊客户情绪安抚的四种方法
3. 三段式法则
4. 目的引导法
5. 同一阵线法
6. 打断法
7. 关于 sp 投诉问题的相关法律规定和实践中客户难点问题的应对技巧
8. 不属于退费范畴内的客户要求退费的应对方式
9. 关于多倍（十倍、百倍）赔偿要求的应对方式
10. 实践工作当中，如何判断客户的赔偿要求是否合理

六、 疑难投诉处理的技巧

1. 常见类别的焦点难点投诉及相关法律问题剖析
2. 与营销案相关的焦点难点投诉及法律剖析
3. 营销方案制定环节可能的纠纷及法律分析(强开业务)
4. 营销方案宣传过程当中的纠纷及法律分析(营销案漏洞、营业员解释出错)
5. 营销方案合同、录音保存相关问题分析

七、 常见网络覆盖类投诉

1. 网络信号不好的原因
2. 演练：关于“盲区”的投诉
3. 管理客户时间期望值的四种方法
4. 网络覆盖相关法律知识
5. 拥塞、掉话、串话、割接等相关文件的规定

八、 常见支撑类投诉

1. 未收到停机提醒短信引发的投诉
2. 关于短信的相关法律规定

九、内外部升级投诉的分级标准及升级投诉的界定

1. 升级投诉的预防解决改善机制
2. 升级投诉的诱因分析
3. 内外部升级投诉的控制机制和解决流程
4. 升级投诉的有效控制改进措施和机制建立

十、客户服务之难缠客户应对技巧

案例讨论：常见难缠用户的类型

1. 疑难投诉处理技巧
2. 有理由投诉无理由要求的基本应对原则
3. 无理由投诉无理由要求的基本应对原则
4. 常见特殊客户分析及应对技巧

A. 变色龙型的客户

变色龙型的行为特点

变色龙型客户反复的可能原因剖析

变色龙型的客户的应对要领和窍门

我国法律对于生效处理的规定

案例演练：客户对于公司的解决方案反反复复

B. 手榴弹型的客户

手榴弹型的行为特点

手榴弹型客户特征表现的可能原因剖析

手榴弹型的客户的应对要领和窍门

案例演练：因我公司工作失误带来客户的投诉

C. 特殊客户的情绪安抚技巧

我国法律对于民事责任承担的规定

双方投诉中的四两拨千斤的技巧

因我公司工作人员工作失误带来投诉的应对技巧和原则

案例演练：只有赔偿目的的客户投诉

我国法律关于赔偿的基本规定

应对只有赔偿目的，目标明确的客户投诉的基本沟通要领

D. 万事通型的客户

万事通型的行为特点

万事通型客户沟通的注意要点

万事通型的客户的应对要领和窍门

案例演练：万事通型的客户的有理由投诉

(霸王条款，公开道歉，写字据，媒体曝光等)

我国法律关于一些常见问题的基本规定

不同问题的话术招式

E. 投诉为生型的客户

投诉为生型的行为特点

投诉为生型客户的投诉原因和投诉手段剖析

投诉为生型的客户的应对要领和窍门

案例演练：屡屡投诉的王先生

投诉为生的客户的预防及期望值管理

特殊的非常正常处理技巧

疑难投诉处理的总结归纳

课程回顾和工作计划拟定