

客户服务管理

【课程背景】

在当今市场环境中，无论是产品或服务，客户都面临更多选择；企业已经赢得的市场份额随时可能被瓜分掉。更多的企业意识到培养忠诚客户的重要性与紧迫性。如何把培育忠诚客户打造成为一套管理系统，如何培养及测评客户忠诚并获得未来利润？成为众多企业的关注的焦点。

本课程将为您解决如下问题：

满意的客户为什么不能带来利润，升级满意度的新指标是什么？

如何化解销售额与满意度间的矛盾，并找到赢得 3-5 年后利润的工作方案？

如何培养忠诚客户并让他们持续为企业创造价值？

如果利用大数据挖掘客户需求？如何利用新媒体增加客户黏性？

如何设计好客户体验并让他们持续感受到来自企业的关怀，从而增加忠诚度？

美国通用电器 CEO 杰夫伊美尔曾在公司高层领导会上说：“这是我见过的最好的客户关系指标，我不明白你们为什么不尝试一下？”客户忠诚度净推荐值（简称 NPS）几年间为苹果、飞利浦、西南航空等 1000 余家跨国公司赢得了未来的利润。这个指标标志着企业告别跑马圈地的粗放经营，走向重视客户生命周期价值、培养忠诚客户并提升社会美誉的精耕细作时代。是企业经营策略重大变革。

【课程特色】

体系有深度：设计遵循国际上通用的案例研究五步架构：案例研讨—问题分析—解决方案—实际运用—提供工具。

训练有特色：采取“现场辅导+工具落地+行动计划”的训练方式，并以案例解读、小组讨论、多媒体演示、情景互动等多种教学方式，让学员打开心门与老师一起思考、一起互动。

【参加对象】 销售经理，售后经理，客服经理，客户服务代表等

【课程时间】 3 天（20 小时）

【课程形式】 讲授，提问、研讨，多媒体，活动，测试，现场演练；

【课程大纲】

第一讲、分析应用-基于数据挖掘的经营分析实操

一、宏观分析方法——PEST 分析

- 1、经济
- 2、政治
- 3、社会文化
- 4、技术

二、微观分析方法——波士顿矩阵

- 1、外部
- 2、内部

三、产品分析方法——SWOT 分析

- 1、优势
- 2、劣势
- 3、机会
- 4、威胁

四、类别分析法

- 1、进店率
- 2、成交率
- 3、成交客数
- 4、购买件数
- 5、平均单价

五、RFM 分析模型

六、商品管理分析

- 1、售罄率

2、周转率

3、牛鞭效应

落地工具：《关键客户群分类表》、《大客户关系测评坐标图》

第二讲：与客户对接的关系建立

一、与客户对接的关系建立

1、理解客户工作中的价值观

2、绘制与客户对接的同心环

3、理解不断高涨的客户需求

4、客户生命周期的区别对待

研讨：客户关系的搭建与维护过程中的方法和常见问题

二、满意是客户关系的基础

1、管理好服务与销售的两个维度

2、影响客户对关系评价的四个要素

3、让客户从正面角度感受到的服务

4、降低客户期望与提升感知的方法

5、教育你的客户如何正确接受服务

落地工具：《客户关系层级评估计分单》

三、营造忠诚的客户关系

1、再次销售与口碑传播的前提

2、赢得信任的服务管理流程

3、用承诺有效赢得客户信任

4、触动情感是最核心的客户关系

5、赢得客户感动的四要素

6、不满是赢得忠诚的最好机会

落地工具：《DISC 性格分析模型》

四、客户忠诚计划实操技巧

- 1、与客户期望匹配的管理思路
- 2、首先要服务好基础性的客户
- 3、会员积分计划带来的利与弊
- 4、信息收集实施未来需求预测
- 5、积极建立与实施数据库营销
- 6、不同需求客户分级管理策略
- 7、会员俱乐部建立客户归属感
- 8、客户俱乐部策划与运营管理
- 9、让客户像粉丝一样追随企业

第三讲：客户关系的维护技巧

一、关键客户维护形式

- 1、硬件维护
- 2、软件维护
- 3、功能维护
- 4、心理维护
- 5、特色和附加维护

二、关键客户维护的技能要求

- 1、金融业务技能
- 2、市场营销技能
- 3、战略联盟技能
- 4、客户理财技能
- 5、情报调研技能

三、关键客户关系维护中的业务拓展

- 1、实现“双赢”是关键客户关系维护的终极目标
- 2、设计行动方案

四、常用的关键客户关系维护方法

- 1、上门维护
- 2、超值维护
- 3、知识维护
- 4、情感维护
- 5、顾问式维护
- 6、交叉维护法

落地工具：《三个短信一个电话》

第四讲、赢得忠诚的客户沟通

一、如何运用沟通的三种表达语言

- 1、文字语言
- 2、声音语言
- 1、肢体语言 □

二、语言表达训练

- 1、游戏：依葫芦画瓢
- 2、全员参与
- 3、学员分享体验

三、感染力训练——语音语调语气

- 1、声音 16 真言
- 2、语速训练
- 3、情绪感染力训练

4、停顿的运用

四、肢体语言

1、游戏：快乐传真

2、全员参与

3、学员分享体验

4、肢体表达训练

五、文字表达的技巧

1、图文并茂

2、逻辑结构清晰

3、5W1H

六、沟通中的技巧

1、找到客户需求的提问方法

2、美妙接待赢得客户信任

3、用认同的方式与客户沟通

4、创造新需求的 SPIN 话术

5、对客户情绪的感同身受

6、依客户性格决定沟通方式

第五讲、客户异议处理技巧

一、异议处理的认知

1、何为异议

2、异议的价值所在

3、何为异议处理

4、客户异议分类

情景演示，案例分析

5、处理异议的基本原则

6、处理异议的要求

7、处理异议的禁忌

8、建立客户常见异议处理方案

情景演示，案例分析

二、异议处理的六大技法

1、亲和力

□1) 什么是亲和力

□2) 电话里具有亲和力的特征

□3) 声音控制力的修炼

□听听看：哪个接线生更有亲和力？

□练习：女性如何训练出优美而动听的声音

□练习：男性如何训练出浑厚好听的声音

2、提问

□1)两种提问方式

□2)提问必须把握的规则

□6 大类问题

3、倾听

□1)倾听的含义

□2)倾听的干扰因素

□3)倾听的三个阶段

□4)倾听的四个小帮手

□演练：一个老客户打电话骂，说你们公司都是骗子害他亏了那么多钱，试着用倾听的技巧缓解客户的情绪

4、引导

□1)引导的第一层含义——自然过渡

□2)引导的第二层含义——趋利避害

□3)引导技巧运用技巧

5、同理

□1)何谓同理心

□2)同理心有什么夹子

□3)如何恰当表达同理心

□4)体现同理心的常见话术

□练习：我要投诉你们公司（利用同理化解客户的怒气）

□5)给自己一点同理

□案例分享：我们与客户是平等关系

□案例分享：客户谩骂时，如何移情自己

□错误的同理自己

6、赞美

□1)中国人为什么不擅长赞美

□2)赞美的基本“法”

□3)赞美的要点

□4)赞美的常用方式

□练习：如何赞美客户的笑声

□5)赞美词汇的汇总

三、精准的异议处理对策

讨论：客户为什么会产生异议？

1、不同类型阶段的异议类型

2、四种典型的异议客户类型

3、拒绝型异议

□1)拒绝型异议的3大具体表现

□2)拒绝型的客户分类

□3)无实质性进展的客户目的分析

□情景演示，案例分析

4、信任型异议

□1)针对销售过程的异议

□2)针对销售人员的异议

□3)客户本身的异议

□4)针对公司可信度的异议

□情景演示，案例分析

5、销售型异议

□1)针对产品功能型异议处理

□2)针对产品价格型异议处理

□3)针对产品服务型异议处理

4)针对产品竞争型异议处理

情景演示，案例分析

6、谈判型异议

1)□“拖”型客户惯用策略及处理技巧

2)□“推”型客户惯用策略及处理技巧

3)□“拉”型客户惯用策略及处理技巧

4)□“磨”型客户惯用策略及处理技巧

5)□“诈”型客户惯用策略及处理技巧

6) □“逼”型客户惯用策略及处理技巧

7) □“诱”型客户惯用策略及处理技巧

□ 情景演示，案例分析