

卓越的服务营销

【课程背景】

服务渗透在人们生活中的方方面面，21 世纪新的就业机会几乎完全由服务业来创造。服务营销学从思维方式、营销理念到操作方法、策略技巧都有适合新领域、新行业的诸多创新。因此，服务营销不只适用于服务领域，应该把服务市场的思维方式、营销理念应用到新领域、新行业。

【培训受众:】

企业信息化负责人、售后服务人员、客服人员、客服主任

【培训课时:】

2 天(6 小时/天)

【课程收益:】

- 1、了解卓越的服务行业营销理念与技巧，如何在工作中应用？
- 2、掌握别具特色服务营销策略和技巧
- 3、教学过程中强调技能性训练，以培养学员的实际操作能力和分析问题、解决问题的能力

【课程大纲:】

第一讲、互联网下半场中国零售零售发展趋势

一、产品思维

- 1、产品文化
- 2、产品思维
- 3、品牌思维

二、用户思维

案例：QQ 故事分享

1、屌丝思维

2、粉丝思维

案例：小米手机

3、VIP 思维

案例：哥弟女装

第二讲、认清用户心理活动过程

一、把握用户认知过程

1、感觉

2、知觉

3、记忆

4、想象

二、分析用户情感过程

1、情绪

2、情感

3、营销用户情感的因素

三、明晰用户意志过程

1、做出购买决定阶段

2、执行购买决定阶段

3、体验执行效果阶段

第三讲、打造客服团队

一、人员管理

- 1、胜任力模型
- 2、情绪调节
- 3、KPI 管理
- 4、神秘人

二、完善工作流程

- 1、PDCA 循环
- 2、波卡纠错

三、工作满意度

- 1、物质激励
- 2、德西效应
- 3、标杆效应

第四讲、售后服务的工具与方法

一、改变用户异议和抱怨心理

- 1、常见的 7 种用户异议
- 2、导致用户异议的原因

二、制定售后服务策略

- 1、售后服务的需求调研表
- 2、十种服务策略的制定原则
- 3、评估客服质量的五个标准
- 4、RATER 指数---全方位提升客服的质量

三、处理客户投诉的工具与方法

- 1、霍桑效应---积极面对客户的抱怨

2、IANAR 过程---切实解决客户投诉的核心向题

3、近因效应---持续改善，让客户转变态度

4、凯西定律---坚定积极、热情服务的信心

四、避免 10 种错误处理顾客抱怨的方式：

1、只有道歉没有进一步行动

2、把错误归咎到顾客身上

3、做出承诺却没有实现

4、完全没反应

5、粗鲁无礼

6、逃避个人责任

7、非语言排斥

8、质问顾客

9、语言地雷

10、忽视客户的情感需求

五、顾客抱怨投诉处理的六步骤：

1、耐心倾听

2、表示同情理解并真情致歉

3、分析原因

4、提出公平化解方案

5、获得认同立即执行

6、跟进实施

六、客户抱怨及投诉处理的对策

- 1、息事宁人策略
- 2、巧妙借力策略
- 3、黑白脸配合策略
- 4 上级权利策略
- 5、丢车保帅策略
- 6、农村包围城市策略
- 7、巧妙诉苦策略
- 8、息事宁人策略、
- 9、快刀斩乱麻策略

第五讲、客户关系管理的工具与方法

一、客户调研

- 1、问卷法
- 2、工具：6C 法则——评估客户资信并分级管理

二、客户满意度

- 1、客户满意度测评的级别指标
- 2、工具：李克特量表
- 3、客户满意度调查表

三、建立忠诚

- 1、探究顾客忠诚
- 2、工具：测评客户忠诚度的四个要素
- 3、忠诚轮盘
- 4、建立顾客忠诚的基础

5、创造忠诚关系

6、减少顾客背叛的策略

四、CCPR 法---让客户切身感受到人性化的关怀

1、Convenient(方便)

2、Care(关怀)

3、Personalized(个性化)

4、Real-Time(即时处理)