

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、互联网下半场中国市场环境发展趋势

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、了解服务营销

一、服务业

1、服务业的种类

2、服务业的作用

二、服务消费行为

1、服务消费及购买心理

2、了解服务期望

3、服务产品的评价

4、服务购买及其决策过程

三、服务营销理念

1、关系营销理念

2、顾客满意理念

3、超值服务理念

4、社会责任理念

第三讲、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

第四讲、服务营销规划

一、服务调研

- 1、服务调研的程序
- 2、服务调研的种类

二、服务市场细分与定位

- 1、服务市场的细分与选择
- 2、服务市场定位

3、服务组织形象管理

三、服务产品及品牌策略

1、服务产品市场生命周期

2、服务质量的管理

3、服务质量的测定

四、服务关系

1、关系营销的功能

2、顾客满意度 5E 模型

3、顾客关系 RFM 测试模型

第五讲、用户营销八大策略

一、服务思维

1、眼睛盯着用户，屁股对着老板

2、别卖“产品”，卖“服务”

案例：海底捞

二、爆点思维

1、让用户尖叫

2、超预期才会有好口碑

案例：苹果手机

三、社交化思维

1、社群经济

2、圈子的魅力

四、产品经理思维

- 1、人人都是产品经理
- 2、要用心来思考产品

五、极致思维

- 1、产品的核心能力要做到极致
- 2、只有第一，没有第二

六、痛点思维

- 1、痛点是一切产品的基础
- 2、让用户由“痛”变“痛快”

七、简约思维

- 1、简单就是美
- 2、复杂的东西不可持续
- 3、简约而不简单

八、迭代思维

- 1、从不完美到完美
- 2、小步快跑
- 3、持续试错，实时改进

第六讲、服务营销之五大技法

一、服务营销技法一：亲和力

- 1、什么是亲和力？
- 2、服务沟通中具有亲和力的特征

3、声音控制力的修炼

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

二、服务营销技法二：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

倾听技巧缓解客户的情绪

三、服务营销技法三：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

四、服务营销技法四：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）

五、服务营销技法五：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

赞美词汇的汇总

第七讲、服务营销之成交策略

一、成交策略第一步：瞬间建立信任——开场白设计

1、开场白之专业开头语

2、请示性礼貌用语

案例：什么样的开头语能够给客户留下好印象？

3、极具吸引力的开场白

现场演练：让客户感兴趣的开场白运用

二、成交策略第二步：发掘需求——加深与客户的沟通

1、挖掘客户需求的工具是什么百宝箱

2、提问的意图

3、普通提问的两大方式

4、外呼提问把控的原则

5、汉堡提问法

现场演练：根据公司产品，通过汉堡提问挖掘客户需求

三、成交策略第三步：产品介绍——让客户敞开心扉

1、产品介绍的三个魔力词汇

2、高成功率的介绍方法

四、成交策略第四步：异议对决——消除客户流失的最后拦路虎

1、客户异议处理的五步法

2、优惠政策出手的利弊分析

3、客户有异议正常吗

4、基于客户性格的异议应对

5、消除异议过程中应具备的心态

6、面对异议的正确心态

7、化解异议的四大护法

8、客户经常发出的异议

五、成交策略第五步：抓住成交信号

1、何谓成交信号？

2、成交信号的发出和把握

案例分析：客户想与我们合作的那些话

现场讨论：哪些信号是消极的购买信号

六、成交策略第六步：促进成交——让销售结出果实

1、单刀直入法

2、忧患促成法

3、选择成交法

4、感受成交法

5、试用体验法

6、他人见证法

现场演练：尝试上述的促进成交的方法

话术设计：促进成交的话术编写

七、成交策略第七步：结束语——新的开始

- 1、如何结束
- 2、带来后续联系的结束语
- 3、结束话术中的关键点

第八讲、客户关系维护之售后

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
- 3、处理异议的 5 种方法

二、管理关系与建立忠诚

- 1、探究顾客忠诚
- 2、了解顾客——公司
- 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

三、提高服务质量

- 1、什么是服务质量
- 2、差距模型

3、衡量与提高服务质量

4、界定和测量服务质量

5、提高服务生产率