

客户服务管理

概述

很多公司的客户服务管理是基于错误的假设，也导致于客户管理的指标都很好，但客户依旧不满意！这个课程是基于客户服务的调研所设计的课程。首先会将客户服务调研的结果做分享，然后依照调研的结果来审视如何提升客户服务的质量及满意度

学习流程

在课程中，学员将通过不同形式学习活动，来学习以下课题：（这些活动将包括小组与全体讨论、个人与结队练习等…）

- 客户服务管理的新观念
- 服务客户的全渠道管理
- 如何解决客户真正的问题
- 如何提升客户的体验

《客户服务管理》

模块	课程大纲	时间分	教学方法
课程导入	<ul style="list-style-type: none"> • 开场（客户方） • 破冰活动 • 研讨公约 • 课程介绍 • 讨论：学员面临的挑战是什么？ 	30分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 猜猜看 • 小组讨论
第一单元 客户关怀的新观念	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：掌握客户关怀的新观念，创造优异的客户体验 • 客户关怀的传统观念 • 传统观念的挑战 • 客户关怀的新观念和新机会 • 省力服务的四个原则 • 活动：找出十大问题 	60分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 工具介绍 • 小组讨论 • 角色扮演
第二单元 全渠道的客户关系管理	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：客户的服务请求是来自于各种不同的渠道，所以服务渠道的整合是关键 • 服务渠道的类型 • 渠道切换造成的影响 • 如何分析客户的偏好服务渠道 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 服务渠道分析 - 客户根本问题的研究 	90分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 工具介绍 • 小组讨论 • 角色扮演
第三单元 解决客户的根本问题	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：我们认为问题已经解决，但客户却认为问题还在，这个差异在于管理方式 • 客户服务的挑战 • 客户要求及隐形需求 • 如何分析客户的隐形需求 • 活动：如何避免后续的问题 	90分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 工具介绍 • 小组讨论 • 角色扮演
第四单元 如何提升客户的体验	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：关键在于体验，以客户为体验的目标来制定我们服务对话的方式 • 体验的机会及回报 • 避免说“不” • 让客户觉得我们的诚意 • 了解客户的风格，进行不同的对待 • 活动：分析自己的风格，并进行角色扮演 	120分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 工具介绍 • 小组讨论 • 角色扮演

休息时间：上下午各一场 15 分钟休息

中饭休息时间：1 个小时

总课时长度

6 小时 30 分