

客户服务中心整体素质能力提升

在市场竞争日趋激烈的今天，技术、产品、营销策略等很容易被竞争对手模仿，服务营销是产生差异的主要手段。而服务策略、服务形式也是很容易被模仿的，只有服务中人的因素——代表公司形象和服务意识的服务人员所表现出来的思想、行为和意识才是不可模仿的。我们卖给顾客的不仅是商品，更多的是一种经历和体验，这一切都要通过优质的服务体现出来。这就有赖于每天工作在一线的服务人员。他们的一言一行就是最有效的品牌广告，比任何媒体、任何时段广告效用都大。因此迅速提高他们的服务意识和服务水平是关系到企业生存发展的不可忽视的因素。成功的企业都是大同小异，一般都是以顾客的感受为依归，服务是一种态度、一种情绪和一种伦理的差异化表现，关键是在差异化上。找寻差异化，然后用规范确定下来。然后变成一种习惯。

随着银行业国际化和市场化程度的不断提升，国内银行经营场所面临的市场环境也逐渐发生变化，包括利率市场化、互联网金融、民营银行等都使得银行业竞争愈发激烈。“危”与“机”并存。地方银行要把握发展机遇，就要积极实施变革与转型，从而提高核心竞争力。在银行的整体布局规划中。客户服务是最重要的环节之一，是银行和客户交流的第一平台。是提高客户体验，建立品牌美誉度最重要的一环。也是提高是银行参与市场竞争的重要资源。随着人民物质的充盈，大家对于生活质量，服务水平的要求也越来越高了。提高整体服务水平，规范服务流程、提升管理能力成为银行建设、创造绩效的关键。为提高客户的感知，提高客户忠诚度，树立银行品牌形象、建立品牌美誉度助力。

核心课程内容概要介绍

第一讲：呼叫中心到客户联络中心的演变	呼叫中心产业概况及发展前景	1. 呼叫中心的前世今生：呼叫中心的起源 2. 中国呼叫中心的兴起和发展 3. 呼叫中心技术演变及其功能作用 4. 呼叫中心的分类和功能 5. 客户联络中心对于企业的价值和意义 6. 客服人员从业现状以及未来发展通道 7. 数字化时代对于服务行业的要求和期许 8. 客户之声对于业务发展和银行发展的价值启示
第二讲：客户服务意识的塑造	第一单元：客户服务的重要性	1. 认识客户服务 2. 客户服务意识养成的基本要点 3. 谁是我们的客户 4. 客户服务对于银行产生的价值 5. 对优质客户服务的认知

		6. 优质客户服务的衡量标准
		7. 服务进阶的三个层次
		第二单元:优质客户服务的达成
		1.客户满意度测评
		2.客户服务水平与客户期望
第三讲 专业电话礼仪与声音塑造	第一单元专业的电话礼仪	3.客户服务类型分析
		4.卡诺客户服务感知模型在实际工作中的应用
		1.如何接听电话：开头语与结束语的使用
		2.如何转接电话、如何让客户等待
		3. 如何记住客户的关键信息、如何巧妙的回到主题
		4. 如何让你的电话成为美好回忆
		5. 语气在交际中的重要性
	第二单元客户服务中的声音的艺术	6.如何面对情绪异常和骚扰的客户
		7. .拿起电话时永远面带微笑
		1.学会正确的使用发声器官
		2.呼吸中气息的把握
		3.字音准确的基础：吐字归音
		4.字音响亮的关键、字音抑扬的核心
	第三单元塑造专业的声音	5. 男声与女声的三种不同的声音标签
6.客户服务规范用语的表达		
1.电话沟通“日常声音”和“客服代表声音”的区别		
2.塑造专业声音的五要素		
3. 声音中亲和力的塑造：情绪的把握，态度的植入		
第四讲 高效的电话沟通	第一单元 专业电话沟通技巧四要素	4. 通过声音识别客户的情绪，进行有效的情绪匹配。
		5.声带和嗓音的保护
	第二单元 抓住问题核心，建立沟通融洽度	沟通过程中的望闻问切
		1.认真倾听，2. 有效提问，3.正面回应，4. 专业互动
		2.由被动服务到主动沟通
	3. 如何建立沟通过程中客户的好感度	
	4.服务沟通中基础能力的塑造：信息提炼能力，领悟能力的塑造	

	第三单元 提升服务沟通的品质和效能	5.服务过程中进阶能力的塑造：提问引导能力，原因查找力，解释说明力
		6.提升服务沟通中的情商指数，了解客户的处境
		7. 打造积极正面的沟通氛围，提高沟通的融洽度
	第四单元 客户特征性格分析及沟通策略	1.如何鉴别客户类型与心理特征
		2.四种客户特征分析，性格区分
		3.如何鉴别客户的真实意图
		4.针对不同客户的沟通策略
第五讲 投诉处理技巧提升	第一单元 关于投诉	1.客户投诉意味着什么？
		2.顾客不投诉是否意味着 100%满意？
		3.客户投诉是客服代表工作压力的第一来源
		4.投诉处理人员正面心态的建设
		5.学会控制自己的反应和处理客户投诉的情绪
	第二单元 抱怨与投诉处理的预处理	1. 以柔克刚，委婉沟通，避免低层次的投诉
		2.明察秋毫，发现潜在的投诉风险
		3.客户感性诉求与理性诉求的分析
		4. 没有规矩不成方圆——投诉处理的一般步骤
		5. 面对客户的咆哮你该怎么办？
	第三单元 投诉处理进阶能力的塑造	1.投诉处理过程中方案提供能力、破损关系的修复能力
		2.如何让发怒的客户平静下来
		3.恢复与客户的关系，带入理智沟通模式
		4.对问题负责，对过程努力，对结果追踪
		5.与其它支持团队建立良好关系
	第四单元 管理客户的期望值	1.对客户坦诚相告——我们能做些什么
		2.客观评价业务与服务
		3.与客户有效沟通、加强过程的亲和力
		4.控制客户的期望值、争取客户认可与支持
		5. .对客户的要求要谨慎
第五章 疑难投诉的应对	1. 疑难沟通 4 步走	
	2. 转危为安的谨慎措施	

		3. 防御性服务的技巧
		4. 媒体记者的应对技巧
第六讲 情绪管理与压力缓解	第一单元 压力的心理反应	1. 客服代表的心理健康
		2. 客服代表心理周期变化
	第二单元 压力的表象	1. 客服代表的压力表象
		2. 我们的压力是什么？
		3. 我们的压力真的是压力吗？
		4. 你期望得到什么样的改变？
	第三单元 态度决定一切	1. 服务工作特质
		2. 正面情绪的养成
	第四单元 压力的内核与调整	1. 拒绝压力的影响
		2. 自我驱动：自控力的培养，拖延症的控制，时间管理
		3. 情绪调整：接纳，转移，释放，情绪调节 5 步走
	第七讲 远程银行服务能力的提升	第一单元：银行业未来服务新模式
2. 商业银行的应对		
3. 银行业开启创新服务新模式		
4. 人工智能+远程银行		
5. 视频服务的优势价值		
6. 视频服务与传统话务服务的区别		
7. 在线服务与智能服务的无缝连接		
第二单元：视频服务能力的提升		8. 视频服务的礼仪塑造与仪态要求
		9. 提升视频服务亲和力的 5 个要点
		10. 视频服务中的禁忌与规矩
		11. 同行业优秀视频服务的案例解析
		12. 视频服务的未来新探索
第八讲 新生代员工管理	第一单元 新生代员工的认识	1. 新生代员工特质分析：我们眼中的 95 后
		2. 真实 95 后的态度
		3. 新生代员工的优劣势分析
		4. 理解新生代，接纳新生代，管理新生代
		1. 建立融洽的沟通氛围

	第二单 新生代员工的管理	2. 构建信任的管理机制
		3. 上下价值观的同化，提高工作效能
		4. 如何进行有效的服务管理与工作协作
		5. 有效的员工辅导，新生代心态的建设
		6. 员工激励、能力授权管理手段的合理使用
第九讲 班组长、主管管理能力的提升	第一单元 管理者的作用及管理职责分配	1.基础管理岗集多种管理于一身
		2.管理者的角色转型与职业定位
	第二单元 刚柔兼备的管理策略	3.管理者的时间分配与管理
		4.员工管理的5项法则
		5.数据观察的必要性和查看方法
	第三单元 提升服务沟通的品质和效能	6.绩效考核的利弊分析
		7. 员工绩效辅导创新思维的改变
		8. 团队正向氛围的创造与团队凝聚力的提升
	第十讲 质检能力的提升	第一单元 质检管理的痛点和难点
2.质检和员工质检的矛盾来源		
3.质检无法承受之重		
4.质检发展的新趋势		
5.基于客户体验的质检反查		
第二单元 质检工作的根本		1. 质检工作需要有效的三大关键
		2. 管理间歇少量测量指标的挑战
		3. 录音质检三大检查的重点
		4. 从数据表来观察-运营指标的有效联动性
		5. 质检考核的几大偏见
第三单元 质量监控与录音分析		1.质量检验与监控
		2.录音监听与分析
		3.质检打分与员工辅导
		4.员工辅导技巧
		5.质量检验结果的运用

第十一讲 培训师 的培训	第一单元 培训师人才的培养	1. 培训师人才的甄选
		2. 人才的选聘育留
	第二单元 课件的开发与打磨	1. 确实培训需求-无问题不培训
		2. 破题命名-画龙点睛之笔
		3. 制定大纲-逻辑建构
		4. 搜罗万象—素材的寻找
	第三单元 全情演绎讲授	1. 七种不同授课方式的演绎
		2. 培训师基本功的训练：形、声、言、表、看
		3. 如何吸引学员注意力
		4. 面对踢馆和意外状况如何处理？
		1. 现场业务管理
		2. 现场人员调度
		3. 现场服务指标监控
第十二讲 现场运营管 理及服务质量的提升	第一单元 现场的运营管理	4. 现场突发事件应对
		5. 现场员工纪律和情绪管理
	第二单元 服务质量得以提升的五大关键	1. 培训内容与质检内容的有效联动
		2. 流程和规范环节查缺补漏
		3. 系统支撑与知识库的优化
		4. 落地辅导的针对性
		5. 业务优化与提升管理
		6. 人员流失控制管理