

服务决胜未来——

让深度服务留住客户的脚步

课程背景：

十年前，客服行业流传着这样一句话，说客户服务中心就是企业的成本中心，有的客服中心在这样的舆论导向下开始转型，为自身企业甚至其他企业开展外呼营销工作。现在，随着电话营销模式的逐渐衰落，我们又开始思考客户服务存在的价值，思考客服人员每一天的服务工作究竟在企业发展中承担着什么样的角色。行业在变化，客户需求也在变化。现在的客户更加挑剔了，对于服务的效率与效果要求更高了，所以需要客户服务人员不断提高技能水平。因为压力太大，责任太重，需要学习的东西太多，挑战性太强，所以很多人选择了逃避，这大概是出于人类趋利避害的本性。但这也说明另外一个问题，服务的价值越来越得以体现，如何让服务变得更有价值，如何在服务中增加客户的长久的黏性，通过呼入式的服务留住客户的脚步，甚至挖掘客户的价值。这是我们呼入式服务走向价值化道路必须生根挖掘下去的一条光明之路。

培训对象：呼叫中心管理团队、呼叫中心投诉主管、投诉处理人员、一线员工

培训目的：

1. 提高对不同性格客户的辨别和应对技巧
2. 迭代服务，与客户建立深度，有黏性的沟通方式
3. 提高对客户的深度需求的把握，延展服务的能力
4. 留下良好服务口碑，建立与客户长久维护的关系

授课方式：课程采用讲师讲授、分组讨论、实际演练、案例分析等生动活泼的教学形式，使学员在充分投入的氛围内最大限度的提升培训效果

课程大纲：

一、客户满意度分析

1. 服务水准层次图
2. 深入探寻客户不满根源；
3. 迈向卓越服务的 N 种障碍；

4. 客户满意=客户忠诚吗？
5. 如何创造客户的忠诚。

二、你需要让服务路径迭代升级

1. 开放-了解需求冰山
2. 控制-引导服务方向
3. 封闭-掌控沟通进程
4. 怎么说——5W2H
 - 1) 什么时候该说，什么时候不该说
 - 2) 你该回答“是”还是回答“对”？
5. 渐进式的问问题
6. 学会问问题--SPIN 是问问题最好的代表

三、语言是外显，性格才是内守，如何辨认识人

1. 客户性格类型的分类
 - ◇ 黄色系 - 主导型
 - ◇ 红色系 - 活跃型
 - ◇ 蓝色系 - 分析性
 - ◇ 绿色系 - 随和型
2. 不同色系客户类型分析及沟通策略
 - ◇ 黄色主导型的客户特质：冷静，强势，果断，快捷
 - ◆ 沟通方式：说话响亮，底气足够；开门见山，高效准确，不模棱两可；
 - ◇ 红色活跃型的客户特质：热情、外向、活泼、感性
 - ◆ 沟通方式：说话洪亮、惯用赞美、热情对待、注意倾听。
 - ◇ 绿色随和型，友善、耐心、中庸平和
 - ◆ 沟通方式：讲话温柔，这类客户需要安全感；适当鼓励，经常沟通，充当权威，帮他做决定。
 - ◇ 蓝色分析型：防御心理比较强，做事有计划，严谨，
 - ◆ 沟通方式：讲话音调适中，一定要有条理；用数据说话，严谨逻辑，适当的用些专业术语。
3. 你了解的可能并不是客户的全部

四、客户服务价值向客户期望值转化的过程就是在沟通中被理解的过程

1. 参与原则
 2. 知情原则
 3. 尊重原则
 4. 准确原则
-

- 1) 业务产品知识的准确
 - 2) 同业产品知识的准确
 - 3) 行业相关知识的准确
-

五、抱怨与投诉中的“危”与“机”

1. 客户投诉的内在需求
 2. 投诉中的“危”和“机”
 3. 客户的投诉是对“责任心”的考量
-

- 1) 测试责任度
 - 2) 责任的三个组成要素
-

4. 投诉处理的过程是需求被拨开，营销机会建立的过程
-

- 1) 异议产生的原因
 - 2) 处理异议的原则
 - 3) 客户异议处理技巧
 - 4) 在电话中发现推荐产品的信号
-

六、巩固结果，留下脚步

1. 巩固结果的秘诀
 2. 克服两种阻碍成交的心理倾向
 3. 成交法则：对比分析，优势强化
 4. 有效的成交技巧
-