

服务意识与沟通技巧提升

【课程背景】：

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礼仪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。

【授课方法】：理论讲授-案例分析-现场演练；启发式、互动式教学

【课程目标】：

- 1、提升客户服务意识
- 2、提高客服人员沟通与交流能力

【课程对象】：

1. 客服人员

【课程时间】：1.5天

【课程大纲】：

一、服务意识与服务理念的提升

- 1.1 什么称之为服务意识？
- 1.2 服务意识你知多少？
- 1.3 服务意识测测看
 - 1.3.1 服务心态决定服务行为——“人而不仁，如礼乎？”
 - 1.3.2 客户服务中的：“道”“法”“术”
- 1.4 服务理念的建立
 - 1.4.1 企业文化对服务理念的影响
 - 1.4.2 企业以“市场为中心”到以“客户服务为中心”的观念转变
 - 1.4.3 员工服务理念的建立

二、优秀客服人员的塑造

- 2.1 什么是客户服务？
- 2.2 客服人员应该具备的基本素质
- 2.3 客服人员应该具备的基本能力
- 2.4 优秀客户服务的价值所在。

三、服务无小事

- 3.1 细节决定成败
- 3.2 莫以善小而不为
- 3.3 做你应该做的事情

3.4 从小处拉近与顾客的距离

3.5 多为客户做一些“小事”

四、创新客户服务

4.1 服务个性化

4.2 服务标准化

4.3 服务创新

4.4 即时服务

4.5 超值服务

五、创新优质服务

5.1 案例分析及讨论:客户需要的仅仅是“答案”吗?

5.2 客户为什么需要服务?

5.3 如何快速判断客户服务需求?

5.4 如何实施针对性的优质客户服务?

5.5 客户服务的基本原则与要求

5.6 客户满意VS 客户忠诚

5.7 优质客户服务的四个基本阶段

5.8 优质客户服务训练

六、高效的电话沟通技巧

5.9 影响一通电话沟通效果的因素

5.10 与客户建立相互信任的关系 - 交融互通才是沟通

5.11 客户创造和谐的氛围：沟通时间、双方情绪、灿烂笑容、赞美肯定、情绪调整

5.12 深入客户的情境

- 深入对方情境三步曲：如何摸透客户的心
- 对方最关心的是什么：现代客户的心理特点
- 进入对方心理舒适区：客户期望剖析

5.13 高效引导技巧

- ◆ SPIN 提问模式：寻找客户的伤口——背景问题；
揭开伤口——难点问题；
往伤口上撒盐——暗示问题；
给伤口抹药——示意问题
- ◆ 经典高效引导技巧：三明治法则
第1层-积极情感层面(好)：理解、肯定、鼓励、赞美、关心
第2层-核心问题层面(坏)：询问、建议、忠告、要求、引导
第3层-积极情感层面(好)：鼓励、肯定、赞美、希望、关怀

七、客诉投诉抱怨的应对处理

1. 站在客户的角度，降解客户的情绪
2. 耐心倾听客户的抱怨，了解客户的处境
3. 巧妙提问，搜集信息，掌握必要素材
4. 正面解释，妥善说明，提出必要的解决方案
5. 检讨：服务检讨、流程检讨、避免重蹈覆辙

6. 跟踪服务：弥补过失，恢复信任

7. 高效投诉沟通四要诀

- 信息传递多向性
- 信息传递标准化
- 信息传递多样性
- 信息传递短平快

八、和内心的魔鬼解约

1. 认清自己和客户负面情绪的来源

- 忌讳回避或感受不到客户负面情绪的发生

2. 分析造成自己和客户负面情绪的原因

- 忌讳任由自己与客户负面情绪的发展

3. 合理管控情绪的负向蔓延

- 忌讳与客户进行持续负面沟通与引导

4. 对外寻求情绪舒解援助或合理发泄渠道

- 忌讳把自己负面情绪继续发泄到下一位客户身上