

卓越服务与投诉处理技巧

【课程背景】

营销策略谋划的研究结果：91%的顾客会避开服务质量低的公司，其中80%的顾客会另外再找其他方面差不多但服务更好的公司，20%的人宁愿为此多花钱。企业越强大，企业内部的服务部门管理越规范，这是时代进步也是企业进步的重要表现。好的服务就是一种能力的表现。展现出企业的眼光和魄力。这是一个“服务至上”的年代，我们不但要为客户提供让其满意的产品，我们更需要提供能够让客户心满意足的服务。

【课程对象】 一线基层人员、服务工作人员、职场工作人员、管理人员

【学习价值】

- 1 **意识先行**——优质服务的体现，首先取决于服务人员的意识与心态，服务人员正确的角色定位在服务中起着非常重要的作用。
- 2 **魅力形象**——专业得体的职业形象，是展现服务人员专业素质的重要渠道。良好的职业形象能快速建立客户信任及客户尊重，提升企业整体的管理水平。
- 3 **服务影响力**——服务人员的服务行为，是传递优质服务重要的无声语言，举手投足间，是最直接影响客户体验的关键环节。训练好服务行为，能全面提升客户的满意度。
- 4 **服务制胜**——服务过程中，工作人员具备良好的服务技能以及沟通技巧。特别是应对客户抱怨、投诉时，及时的有效处理，能快速缓解客户的情绪，让客户的诉求得到有效的回应及解决，化解客户与企业之间的矛盾，提升客户满意度。

【学习安排】 一天线下课程（6个小时）

【培训老师】 张慧莲

【教学特点】 理论讲解、案例分析、情景式模拟、现场演练、视频等；

【课程大纲】

模块一：服务力量藏于细节

一、服务是一种能力

二、服务中的四个角色

- 1、合伙人
 - 2、心理医生
 - 3、公证员
 - 4、书记员
- 三、服务的四个层级
- 1、劣质服务
 - 2、基本服务
 - 3、满意服务
 - 4、超值服务
- 四、服务利润的 80/20 法则
- 五、服务领域的五种定力
- 实训：实战场景训练

模块二：服务是核心竞争力

- 一、如何提高服务质量
 - 二、打动顾客的四种方式
 - 三、完美服务的六个到位
 - 四、顾客期望的五点服务力
 - 五、坚持服务“四项”原则
- 实训：企业:实战场景点评

模块三、投诉处理中的沟通技巧

- 一、沟通的漏斗原理
 - 二、投诉沟通的 3A 原则
 - 三、D 型顾客特质
 - 四、I 型顾客特质
 - 五、S 型顾客特质
 - 六、C 型顾客特质
 - 七、投诉处理禁语
- 实训：企业:实战场景点评

模块四、有效处理客户投诉技巧

- 一、客户投诉的原因分析
 - 二、客户投诉背后的期望
 - 1、获得赔偿
 - 2、要求道歉
 - 3、改进服务
 - 三、客户投诉的心理
 - 四、处理顾客投诉的标准流程
 - 五、处理顾客投诉的基本原则
 - 六、处理客户投诉的经典八部
- 实训：企业:实战场景点评

课程总结

- 1、老师进行课程总结
- 2、学员心得分享
- 3、行动计划