

# 《客户服务心理学--高效焦点解决式 SF+ 实战技巧》

## 课程背景

企业的竞争已经由产品及价格转移到对客户的竞争，客户服务已经成为主宰企业生死存亡的。客户服务体系的宗旨是“客户永远是第一位”，从客户的实际需求出发，为客户提供真正有价值的服务，帮助客户更好地使用产品。体现了“良好的客服形象、良好的技术、良好的客户关系、良好的品牌”的核心服务理念，要求以专业性的服务队伍，及时和全方位地关注客户的每一个服务需求，并通过提供广泛、全面和快捷的服务，使客户体验到无处不在的满意和相互信赖的贴心感受。假如自己有精妙的优质服务团队、不但可以说服老客户，还可以和新客户建立新的良好合作关系，令客户满意度提升。

## 课程目标

1. 超越客户期望的客户服务；
2. 了解优质客户服务的评价指标；
3. 了解客户所认为重要的是什么；
4. 掌握"客户服务循环" 的概念，并指能用之于实践；

5. 掌握如何提升客户服务技巧；
6. 能够知道如何快速解决客户抱怨处理技巧和方法；
7. 善于从过失中尽快恢复并总结教训。提高应变处理投诉问题的能力，并借机把潜在的客户抱怨转成公司致胜的机会。

## 课程特色

客户服务已成为企业塑造持续竞争优势的核心抓手；拥有持续竞争优势的企业员工也能从战略层面以深邃的客户需求预见能力而征服客户、傲视群雄；打造一流的客户服务能力已成为企业竞争的新焦点；而客户的不满、抱怨、投诉是企业与客户接触的核心环节，更是企业能否通过客户服务水平提升走向辉煌的分水岭；关注对于客户不满、抱怨、投诉的处理是提升企业整体服务水平的关键。

**课程时长：**1天

**课程内容：**

**第一部分：培养积极主动的服务意识**

一、认识服务？

1. 服务的三个层次

1) 超越期望值服务——忠诚度

客人的忠诚度是企业的核心竞争优势

2) 附加值服务——满意度

案例：附加值增值服务所带来的效益

3) 基本服务——无怨言

2. 客人满意的三个层面

1) 商品——直接

2) 服务——直接

3) 企业形象——间接

3. 客人满意服务的5个因素

1) 可靠性——态度

2) 响应性——反应

3) 安全性——专业

4) 移情性——耐心

5) 有形性——仪容

4. 优质的客户服务表现——查查你现在的服务水平

——小组研讨：客户为何不满

——现场模拟：服务目标：

在最短的时间，用最少的资源，花最小的努力，取得最快速、达到最有效的服务水准。

## 第二部分：客户满意度与忠诚度管理

### 一、影响客户满意度的三个原因

1. 产品／服务与客户需求之间匹配的程度 (match)
2. 质量／服务本身的质量 (quality)
3. 价格 (price)

### 二、客户满意度提升与客户服务的密切关系

1. 客户挽留策略
2. 建立客户忠诚度的核心纽带
3. 忠诚客户到客户忠诚
  - 1) 要吸引一个客人，所花费的成本是要比留住一个客人的成本 5-7 倍；
  - 2) 要消除一个负面印象，需要 12 个正面印象才能弥补；

- 3) 企业为补救服务品质欠佳的首次消费者的印象，往往要多花 25%至 50%的成本。
- 4) 一百位满意的客人可衍生出 15 位新客人；
- 5) 每一位抱怨的客人背后，其实还有 20 个客人不满意（告诉其他人）；
- 6) 提高客人的忠诚度利润可增长 5 至 17 倍；使客人的忠诚度提高 5%，企业的增长利润可达到 25%至 85%；

#### 4. 客人忠诚度的重要性

- 1) 90%的客人会避开差的服务公司
- 2) 80%的客人会找服务好的公司；
- 3) 20%的客人为得到好服务，宁愿多花钱；
- 4) 回头客会为公司带来 50%——80%的利润；

### 第三部分：投诉是金——正确认识客户投诉与应对处理的方法

#### 一、客户投诉产生的原因

#### 二、客户投诉产生的目的

#### 三、客户投诉产生的好处

#### 四、企业流失客户的主要原因

#### 五、处理客户投诉与抱怨的方法

1. 处理投诉的基本方法
2. 处理疑难投诉的技巧
3. 尽最大努力让客户满意是处理客户抱怨时的积极态度
4. 处理客户投诉是在寻找双赢的平衡点
5. 弹回式服务弥补技巧
6. 掌握有效抚慰情绪高度激动客户的方法

案例分析：总结与演练处理客户抱怨的七点法

#### 六、重大投诉处理

#### 七、不回避并找出原因