

销售人员客户服务营销技巧

课程背景

在经济全球化和全球信息化的浪潮中，现代企业日益紧密地与整个社会的经济活动“链条”联结在一起。大数据时代，企业管理已突破企业的界限，出现了更精确的客户关系管理，向企业外部延伸，并使之成为扩展了的企业管理的重要内容。

从传统理念上看，客户是企业的“衣食父母”；从现代理念上看，客户是企业的“利益相关者”。企业用自己的产品、服务以至整个业务活动，帮助客户在生产中或消费中取得更多的“剩余”，同时为自己赢得利润，达到企业价值增值的目的。

课程目标

1. 认知客户服务的重要性，提升学员的客户服务理念
2. 掌握投诉处理的实际操作技巧，提升在实际工作中操作能力，减少公司的损失
3. 做好客户的管理，减少客户流失，提升客户忠诚度

课程对象

销售人员

课程时间

1-2天

课程方式

授课 40% (互动引导) +小组练习 20%+现场模拟演练 40%

课程大纲

第一部分 服务经济新时代--认知客户服务

一、客户的价值

二、客户服务的定义

三、客户服务的基本特征

第二部分 卓越的客户服务技巧

一、 客户服务人员的素质要求

二、 提升客户满意度的最佳途径

三、 零客户成本拉住客户的手

第三部分 客户服务管理

一、 售前

1. 成功的开场白

(1) 强化来访的目的

(2) 信赖维持的支柱

4. 确定客户优先考虑的问题

(1) 问题的类型

(2) 开放式及封闭式问题

(3) 顾问式销售提问策略

(4) 咨询性的问题

(5) 何谓 SPIN 模式？

(6) 如何开发需求

5. 阐述并强化产品和方案的利益

(1) 特性及利益

(2) 强化利益点

(3) 展现增值利益

四、售中

1. 客户跟踪维护策略

(1) 定位客户关键人物

(2) 展开商务公关，投其所好

(3) 把握关键人物职业状态

(4) 透析关键人物沟通风格

(5) 全方位提升关键人物的支持度

6. 合同签订后的服务策略

五、售后

1. 寻找提高业绩的潜在机会

(1) 发现成功回访的好处

(2) 了解客户的决策心理

(3) 认清回访的关键行为

(4) 设计回访问卷

(5) 运用可靠的技巧进行回访

(6) 认清失败的原因

(7) 用正确的技巧提高业绩

7. 心灵按摩，建立客户投诉处理系统

(1) 认识客户投诉

思考讨论：

客户是……？什么是客户投诉？

你觉得客户投诉对企业有什么意义？

- 客户投诉的定义
- 客户投诉的产品原因及分类

案例分析

- 客户投诉对企业的好处

拼图游戏：优质客户服务意味着

- 投诉的四个阶段
- 投诉处理人员的核心能力

处理投诉的沟通技巧

处理投诉时的情绪控制

- 正确处理客户投诉的原则

案例分析

(3) 有效处理投诉的步骤和方法

难缠客户的谈判策略

- (4) 客户投诉处理的实战练习（设计相关案例安排学员现场演练）
- (5) 预防系统，主动收集客户声音，加强客户对话
- (6) 加强事后改善跟进，推动问题得到最终解决

（全文完）