
《主动服务意识提升与客户价值》培训大纲

【课程背景】

是谁决定了企业在市场上的地位？是谁决定了企业能否在市场中共生存？是什么成就了一家公司的百年基业？是什么促使一家公司轰然倒闭？本次课程告诉企业中的每一个人，决定我们强大的唯一标准，是我们的服务心态与意识；改变我们命运的决定因素，是服务意识与客户价值；企业核心竞争力的源泉，也是服务意识与客户价值！

【课程收获】

客户价值是企业的灵魂！每一家企业的成功都是客户价值上的成功！所有企业的失败都是客户价值上的失败！本操作方案使学员了解服务本质与内涵，有效提高服务意识，改善服务心态，增加客户满意度，提高工作效率；让学员学会如何找到核心竞争力的法宝，学会如何从最差的入手打造企业的核心竞争力，学会如何从客户价值打造企业强大的入口，以及在实际操作中如何提供客户价值。

【课程形式】

讲授+案例分析研讨+练习+视频与角色扮演等。

【培训对象】

想要提升服务意识与水平的人员

【课程时间】 2天

【课程大纲】

第一讲 客户服务理念提升

一、什么是服务和客户服务

二、现在客户与五年前客户的期望对比

三、一个满意顾客和一个不满顾客的不同作用

四、我们企业的价值观与正确认识客户：客户是企业生命的源泉，没有客户，就没有我们的发展。

五、服务意识转变的四个要点

1、要点之一：尊重和欣赏（由教练、出租司机等角色转变为服务员）

赞美与批评的六层次运用：批评的下三层与赞美的上三层

2、要点之二：换位思考：不是从你、我两个维度去思考，而是从你、我、第三方、摄像机、系统、日后六个维度去换位思考。

服务中的同理心工具：摄像机的五种感知位置

3、要点之三：不因对服务对象不同而改变服务态度和质量。

（相处黄金法则：每一个别人都是最好的别人，而自己是最好的自己!）

4、要点之四：大局意识，不仅建立个人口碑，还要塑造公司品牌。

六、服务意识转变的三个基本点

1、塑造人见人爱的服务表情：对客的微笑与眼神

（1）、表情的重要性

案例：婴儿的微笑与情人的眼神

(2)、如何训练你的微笑——微笑让你充满阳光

(3)、“三米八齿”微笑的魅力与微笑训练法

2、如何训练你的眼神——眼神传递你的友好与亲和力

(1)、不同目光凝视区域的区别

(2)、“炯炯有神”、“灵活友善”与“人见人爱”眼神训练方法

3、影响对客服服务的四大效应：首因效应、亲和效应、近因效应、定型效应。

七、对客户服务中的四大关键点

1、与客户沟通的主题：既定的话题、高雅的话题、轻松的话题、擅长的话题。

(1)、怎样做个有“谈资”的人？

(2)、和 10 种不同职业类型的客户，应该聊什么主题？

2、客户提出异议或投诉的处理方式

(1)、与投诉客户沟通的六个步骤及异议处理的 LSCPA 原则

(2)、与不满客户沟通的 3F 法

(3)、感到委屈或遭投诉后的 3 种心理调节方法

(4)、对客户无理要求含蓄拒绝的两种方法

(5)、在客户面前的调侃与自黑（放低自我，时刻让客户感觉到优越感）

3、与客户交谈中五种关键技巧的应用——注意你的措辞

(1)、聆听：聆听的三种层次：没听懂、听懂、同频同理。

(2)、发问：贡献式、中立式、贡献式、激励式而非挑战式、主观式。

对比训练：你喜欢哪种沟通方式？

(3)、区分：理清事实和演绎，体验沟通本质。

案例：你喜欢吃榴莲吗？

(4)、回应：中立地做“镜子”，建议式回应而强硬式或证明式回应。

(5)、沟通中的上推、下切、平移法—全面了解客户交流的原因、需求及想要达到的目的。

4、如何与不同 DISC 性格的客户和谐开心相处

D 型 Dominance：与力量型一起行动，讲究效率和积极务实；

I 型 Influence：与活泼型一起快乐，表现出对他们个人有兴趣；

S 型 Steadiness：与和平型一起轻松，使自己成为热心真诚的人；

C 型 Compliance：与完美型一起统筹，做事周到精细、准备充分。

第二讲 超越客户期望的服务意识提升—客户价值

一、什么是客户？客户的重要性有哪些？

1、我们的衣食父母

2、是越用越多的资源

3、是我们商业回报的来源

讨论 1：客户为什么会流失？

二、什么是客户价值？

1、客户价值的四个层次：物理特性、价格特性、客户体验、非业务价值

2、非业务价值：关系或形象、客户的解决方案

3、客户价值是执行的动力与方向

4、战略上，客户价值是百年基业的根本

三、客户与客户价值：企业快速成长背后的逻辑

定义客户之一：“客户价值=钱”

定义客户之二：“客户价值=核心竞争力”

定义客户之三：“客户价值=百年老店”

定义客户之四：“客户价值=战略”

四、做客户价值的四个原则：高价值、低成本、可体验、能持续。

五、客户价值的四个评判标准

感激的语言、感谢的握手、感动的眼泪、持续的订单。

六、做客户价值的三个方法

1、敬畏客户，超越客户价值期望，让客户感动。——内心

2、在保证自己公司基本利益的前提下，满足客户需求，超越客户期望。

——行为

3、排除法、递进法、新增法。

七、内部客户价值

只有内部客户价值，才会有真正意义上的外部客户价值。

1、对上级和平级：给提前量；给依据；给方案；给选择题。

2、对下级：激励；给成长机会；给原则；给方法。

八、客户价值的修炼

-
- 1、你的客户是谁？
 - 2、上周为这些客户做了哪些工作？
 - 3、这些工作的结果是什么？
 - 4、本周准备做什么事感动客户？

九、如何实现客户价值的操作案例

- 1、操作方案一：一双袜子，把我的心永远留在了额尔古纳。

客户的表情：“除了惊喜，还是惊喜”有什么样的要求，就有什么样的员工，有什么样的员工，就有什么样的客户。

- 2、操作案例二：“大熊”陪你，并不孤单。
- 3、操作案例三：在客户心中留下名字——魅力天使。
- 4、操作案例四：在客户心中留下定位：传播中国企业管理培训最美声音。
- 5、操作案例五：愤怒的总经理
- 6、操作案例六：赵先生，您是我的专属御用司机！

十、做客户价值的工具

- 1、个人品牌积分榜
 - 2、握手 1+1
-