

服务制胜

服务意识与关键服务力

【课程时间】1天/6-7小时

【主讲老师】胡爽姿

【培训对象】客户一线服务人员、企业服务部门培训人员、负责人

【培训人数】50-60人

【培训形式】理论知识、引导技术、实战演练、案例分析、小组讨论

【课程背景】

随着社会的发展和进步，客户对企业的服务水平越来越重视，要求也越来越高，而客户服务是管理公司中最直接与客户接触，最直接与客户服务的一个部门。由于经常与客户接触，在客户心目中，他们的一举一动都代表着公司的形象。

好的客户服务，就像是客户与管理公司之间的润滑剂，能最大程度的缓解客户与公司之间的矛盾与摩擦。客户服务人员训练有素的服务技巧，热情的服务态度，礼貌的谈吐举止，也像一面镜子折射出公司管理的专业性和规范性，使客户产生信赖感。

【课程价值】

- 意识先行**——通过对“服务”的深度剖析，让员工清晰自我定位、认识到服务对象于己于司的重要价值，提高服务意识及增强服务理念对于工作的重要性与迫切性。
- 服务蓝图**——引导学员分部门设计、梳理服务流程，通过理论加案例相结合，让学员从理论的高度落地到工作流程实践中，从而提升员工现场服务的意识与能力。
- 关键服务力**——服务是一种能力，优质服务意识促进正确的服务行为。提升员工在服务

过程中面对客户的服务及沟通技巧，分部门、岗位萃取案例进行讨论、分享和演练。

【课程大纲】

模块一：服务意识与服务心理学

学习活动：完美服务之星自检

一、信息时代下的服务特征

1. 服务意识提升能力模型
2. 优质客户服务的五要素
3. 良好服务意识和表现
4. 服务中的角色定位
5. 影响客户满意度的5个维度

二、提升服务的三大核心竞争力

1. 受肯定的服务能力
2. 练就服务客户的功力
3. 服务客户需要积极情绪力

案例分析：企业内部需要服务意识吗？

第二模块：知己及彼——创造服务价值的关键能力

一、服务心理学---客户心理分析

1. 我们有哪些客户类型
2. 不同类型客户的需求

3. 不同类型的不同心理需求

4. 如何满足客户的心理需求

性格测试：不同性格客户的服务方式

二、新服务时代，客户期望值与投诉预防服务能力

1. 要求高，对瑕疵的“零容忍”

2. 对流程要求简单快捷

3. 期待源于需求，不满足于需求

4. 个性化服务要求凸显

5. 提升预防客户投诉的三项能力

第三模块：关键服务力——服务技巧与沟通能力提升

一、看---观察、识别客户的技巧

1. 观察点-□身体语言、谈吐气质、情绪情感

2. 观察点-□分析客户的需求、预测客户的需求

3. 记录、总结、分析

二、听---用心而不是用耳

1. 倾听的三个原则

2. 倾听的三个阶段

3. 有效倾听的技巧

4. 倾听过程中最大的障碍

5. 有效倾听对我们的挑战

案例分享：跨部门沟通——价值观对沟通的影响

学习活动：你会听吗？---倾听的实战演习

三、行---用行动激发互动

1. 职业化礼仪行为
2. 设计一份服务超级脚本
3. 关注沉默的客户
4. 更好的服务来自临场创意

工具：MOT 关键时刻练习

四、说---从真实到真诚的亲和力表达

1. 同理心表达满足客户需求
2. 以“客户为中心”的沟通方法
3. 传递积极信息
4. 学会赞美的6大技巧
5. 寒暄式表达的艺术

案例分析：客服中心，语音、语调、语气的应用

课程总结