

用心留客客心留--服务补救和客户挽留

【课程背景】

在当今时代没有人或企业是完美的，这是事实，但不是借口，而且当今互联网市场服务的售前、售后与商业模式本身的重要性是相提并论的。因此，平台必须深刻意识到，处理服务失误后的服务补救方式，和一开始就设法提供最好的服务，是一样重要的。

客户老是以服务瑕疵，不管严重或轻微，从故障连连的商业平台软件到平台雇员的个人服务质量，来评断运营商。他们先判断运营商如何处理问题，再观察他们不让相同问题一再发生的决心。客户会觉得，企业对服务瑕疵没有改进的意识与用心，比产品质量本身更不可原谅。修补服务瑕疵，即所谓的“服务补救”对于客户满意、重复性购买，进而企业的成长、获利会有很大的影响。

如何提高顾客满意度，最大程度的保有老客户，留住新客户，就成为增加平台盈利能力的关键。因此，准确地解读抱怨并采取恰当的服务补救策略，对赢得顾客的起着至关重要的作用。

【课程对象】 客服部门、客户服务中心、客服质量管理部门

【主讲老师】 胡爽姿

【课程时间】 实战版 2 天

【教学方式】 实战引导式教学、案例分析、现场演练、头脑风暴、视频图文等

【课程大纲】

头脑风暴：

您碰到哪些关于抱怨投诉、服务补救中的难题？

互联网平台服务管理的特点与难点？

每人提出自己工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中巧妙地穿插，分析、演

练；

第一部分：用心解读客户---客户投诉与离网心理分析

一、客户抱怨投诉心理分析

1. 快速分析投诉产生的真实原因
2. 快速确认投诉者的真实目的
3. 客户性格心理分析及投诉处理技巧
4. 非补偿型难缠客户心理分析
5. 补偿型难缠客户心理分析

二、客户离网心理分析

1. 客户自身心理关系
2. 客户期望值高

3. 客户对我司不满
4. 认为竞争对手服务好
5. 竞争对手给予优惠或服务承诺

◆ 企业实际案例分析

◆ 示范指导与模拟演练

◆ 就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第二部分：用诚感动客户--服务补救流程及补救策略

一、服务补救六步骤

1. 调查核实：收集信息
2. 实际分析：事件原因及客户心理分析
3. 计划策略：解决策略、流程及方案
4. 补救沟通：与客户沟通，达成共赢意识
5. 具体实施：全面实施解决方案
6. 总结归档：分析、检讨提升

工具：PDCA 服务质量管理工具的应用

二、服务补救之客户满意度提高策略

1. 利益满足

2. 精神情感满足
3. 替代性地满足核心需求（解决核心问题）
4. 事业发展满足
5. 巧妙诉苦策略
6. 唯一的依靠

三、服务补救的其他注意细节

1. 如何争取补救的机会
2. 了解客户的信息
3. 回访的时机
4. 如何调整自己的情绪？
5. 如何面对情绪激动的客户？
6. 如何面对客户的质疑与无理要求？

◆ 企业实际案例分析

◆ 示范指导与模拟演练

◆ 就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三部分：用心留住客户--客户离网挽留的流程、技巧及策略

一、客户离网挽留流程与技巧

1. 与客户建立信任
2. 进一步探询原因
3. 策划挽留方案
4. 坦诚沟通商量
5. 达成共识立即执行
6. 跟进实施

◆ 企业实际案例分析：

◆ 示范指导与模拟演练

◆ 就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第四部分：用心留客客心留---服务补救与客户挽留方案设计与呈现

- 一、 补救方案设计的核心要素
 - 二、 方案的核心目标
 - 三、 方案的设计与策划的标准
 - 四、 方案的策划设计
 - 五、 方案的投入产出分析、此消彼长的利弊分析
 - 六、 利弊分析方案的弹性使用技巧
- ◆ 方案设计与呈现

课程总结