

“3+1+5”诉解法则©的投诉处理技巧（财险版）

【课程背景】

企业的发展中，不可避免的会持续发生各种各样的客户投诉事件，客户投诉的处理不当，不仅仅会影响到企业的市场口碑，更甚者会直接影响到企业的发展与生死存亡，造成重大舆论事件和危机事件的发生。

从客户的角度来说，企业投诉处理人员应该有义务掌握更加全面的投诉处理技能，投诉处理技能应该作为客户服务人员或者说企业客户接触岗位人员的基本岗位能力的一部分。为客户提供有效的客户投诉处理，也是对客户负责。

市场竞争的加剧和消费者维权意识的提高，或多或少的都在挑战着企业投诉处理人员的服务能力。与时俱进的提高投诉处理技能，从情、理、法三个层面了解投诉处理原理，才能全方位的服务与投诉客户，才能更好的环节企业与消费者之间的矛盾。

【课程收益】

通过课程学习，掌握客户投诉处理技巧，学会如何分析客户投诉心理，掌握投诉应对策略。从《民法典》、《消费者权益保护法》等方面了解投诉处理的底层支撑和根本原理，使投诉处理工作方法更加合理、更加有效和更加成熟。

【课程对象】

企业服务人员、投诉处理专员、投诉管理人员、服务管理人员

【课程时间】

两天（12个小时）

【课程大纲】

一、互联网投诉特征与投诉解答“3部曲”

1、新信息时代客户投诉产生的原因

- 1) 什么样的客户会投诉
- 2) 投诉问题的集中点是什么

- 3) 产品互联网化与投诉互联网化的关系
- 4) 投诉的表象、本相与本质
- 5) 互联网时代客诉成因与变化

2、客户投诉处理话术第 1 部——标准化的解答

- 1) 标准化客服话术语言的构成
- 2) 语音与语言标准的匹配
- 3) 什么时候应该用“请”字
- 4) 开始就问客户姓什么非常不礼貌
- 5) 对不起、很抱歉、不好意思的区别与使用
- 6) 话术中不应该出现的语句和词语
- 7) 互联网话术的“亲”与“疏”

3、客户投诉处理话术第 2 部——合理化的解释

- 1) 合理化解释话术的“三明治”法则
- 2) 同理心表达技巧
- 3) 问题解答技巧
- 4) 服务意愿增进技巧
- 5) 学会“肉夹馍”和“馍夹肉”的能力

4、客户投诉处理话术第 3 部——规范化的引证

- 1) 让第三人背起黑锅
- 2) 证明监管方的权威
- 3) 引发客户的正义感
- 4) 强调事件因果关系

案例分析与小组练习

案例一：你们不给我换新配件，我就去告你们

案例二：把维修换下来的大灯还给我

案例三：你们来这么晚，耽误了我的时间，投诉你们

案例四：三者追尾需要定损，坚持在现场赔付

案例五：你们负责给我修车，是不是要给我提供代步车用啊

二、投诉心理分析“1招鲜”

1、客户需求心理学知识

- 1) 产品属性与服务属性
- 2) 客户消费心理的基础
- 3) 服务产品的消费心理需求解析
- 4) 感性客户在投诉中的具体心理表现
- 5) 理性客户在投诉中的具体心理表现

2、客户心理基础模型

- 1) “显隐”性问题分析法
- 2) 客户心理分析模型
- 3) 现场测评
- 4) 测评结果分析
- 5) 客户事件“角色”引入

3、客户心理过程变化

- 1) 以获取尊重为原则
- 2) 以印证事件为方式
- 3) 以得到认同为感受
- 4) 以解决问题为目的

三、投诉处理应对“5行拳”

1、“第1拳”——投诉处理基本五步法

- 1) 提高投诉迅速受理

- 2) 如何获取更多信息
- 3) 客户问题分析技巧
- 4) 信息提供与管理
- 5) 总结归纳与结束引导

2、“第2拳”——投诉处理“四绝”

- 1) 快：“如何缩短投诉处理时间”
- 2) 准：“如何把我客户问题关键点”
- 3) 牢：“怎样坚持原则又不被客户反感”
- 4) 信：“如何增加客户对服务的信任”

3、“第3拳”——投诉处理“四法”

- 1) 通：“道理怎么讲更有效”
- 2) 拉：“地域关系、时间关系和人际关系的拉近”
- 3) 拖：“怎么进行客户回复，什么时间回复效率高”
- 4) 移：“能够转移客户关注点的方法有哪些？”

4、“第4拳”——投诉处理“四禁忌”

- 1) 不要引导客户投诉
- 2) 不重复客户投诉的问题
- 3) 不认同客户投诉的概念
- 4) 不默认、不过歉

5、“第5拳”——投诉风险控制与危机处理

- 1) 自行监督体系在投诉处理体系中的作用
- 2) 传统投诉渠道问题处理
- 3) 各行业监管渠道处理
- 4) 新媒体下的投诉危机处理