

# 基于脚本设计技巧的在线服务能力提升

## 课程背景：

随着客户服务中心及相关岗位在企业中的不断完善，众多的服务岗位从业者并没有经受过专业的服务沟通学习与培训。在与客户沟通的过程中，多会出现沟通文字使用不当，信息内容不严谨、不规范的情况，给客户之间的沟通带了很多困扰，甚至衍生出客户的服务投诉。

随着互联网的不断发展，客户对于产品购买和使用都提出了更高的服务要求。同时，企业原有的售前服务与售后服务已经在悄无声息中融合在了一起，良好的沟通技巧，不仅仅是对于售后服务客户的安抚，甚至已经成为了提高产品销售成功几率的关键性要素。

在过去 10 年的企业培训中，无论是金融行业、航空业、汽车业和公共事业，发现客服人员在客户沟通中的用语规范度非常差，甚至连最基本“请”字应该用在什么地方都不知道，这个课程就是希望大家能够规范脚本的基本要点，了解有效脚本的组成部分，提升整体的服务能力。

## 课程收益：

通过本次培训后，参训的服务一线人员、服务质量管理人员及服务知识管理人员等会对于脚本的作用及有效脚本的沟通，形成比较规范与科学的认识。在课程的练习中，能够将方法论与本企业实际情况相结合，熟悉与掌握“三明治法则”及“三部曲”的脚本设计技能。

## 课程对象：

客户服务中心在线服务专员等一线服务岗位

## 课程时间：

2 天-3 天 (共 12-18 个课时)

## 教学方式：

1+1+1 授课方式

先讲授知识点 (1)

再讨论应用点 (1)

后总结提升点 (1)

每个章节均以这样的授课逻辑开展，配合现场小组竞赛与积分制，充分发挥学员能动性，提高课程学习质量，真正意义上起到课有所学、学有所用的良好效果。

**课程大纲：**

### **第一章：脚本设计的功能篇**

[讲解知识]

第一节：客户服务脚本应用的特点与现状

- 一、客户中心脚本应用的初阶阶段
- 二、客户中心脚本应用的中阶阶段
- 三、客户中心脚本应用的高阶阶段

第二节：全媒体服务融合及其对脚本的要求

- 一、全媒体服务的融合与承载平台
- 二、全媒体服务对于脚本设计的丰富性需求

第三节：脚本的信息传播功能

- 一、产品使用阶段
- 二、问题发生阶段
- 三、问题排除阶段

第四节：脚本的产品营销功能

- 一、产品的特点
- 二、产品的优势
- 三、产品的好处

第五节：脚本的产品服务功能

- 一、体现产品附加值功能
- 二、客户预期的满足功能

[讨论应用]

- 现有线上服务中出现的服务障碍？
- 线上服务的脚本应用与电话话术应用区别？
- 是什么驱动了线上服务的应用与发展？
- 未来的全媒体服务畅享是什么样子的？

[总结提升]

第一部分：客户服务类型的变迁

- 电话服务到在线服务的转变
- 在线服务与客户服务的需求与关系

第二部分：在线服务的特点

- 在线服务与电话服务的区别

- 在线服务的组成部分与其特点

### 第三部分：在线客服的优势与演变

- 在线服务存在的必然性
- 在线服务的现状与未来发展的趋势

## 第二章：脚本设计的技巧篇

### [讲解知识]

#### 第一节：以客户满意度出发的脚本设计

- 一、客户期望值
- 二、客户体验值
- 三、客户满意度

#### 第二节：提升脚本设计中的服务价值

- 一、参与原则
- 二、知情原则
- 三、尊重原则
- 四、准确原则

#### 第三节：什么是脚本中的服务意识

#### 第四节：脚本设计风格的分析

- 一、什么是伙伴式风格
- 二、什么是专家式风格
- 三、什么是教练式风格

#### 第五节：脚本设计中的问句使用

- 一、开放式问句
- 二、封闭式问句
- 三、问句的限用
- 四、问句的变型

### [讨论应用]

- 在线服务的价值体现在哪些方面？
- 在线服务风格与传统服务风格要不要保持一致？
- 在线服务中的脚本应用带来的客户误解有哪些？
- 在线服务人员与电话服务人员的岗位技能差别是什么？

### [总结提升]

#### 第一部分：现有服务体系的分析

- 客户服务需求的分析
- 客户服务习惯的分析
- 产品特点与在线服务的关系

#### 第二部分：在线服务体系搭建三种模式

- 注重传统 逐步创新
- 职能转变 引领行业
- 双管齐下 齐头并进

- 如何选择在线服务体系搭建的方式

### 第三部分：在线服务人员的选拔与服务意识培养

- 电话服务与在线服务人员的本质区别
- 在线服务人员技能要求
- 在线服务人员服务意识认知与培养

## 第三章：脚本设计的规则篇

### [讲解知识]

第一节：脚本中的信息要素的多样化与丰富性

第二节：脚本中“简明扼要”的作用与应用

一、 简明扼要，通俗易懂，对位准确

二、 句型简单，利于传播

第三节：客户服务信息传播的（4+1）W 原则

第一要素：问题中的角色有谁（WHO）

第二要素：问题发生在什么地方（WHERE）

第三要素：这个问题是什么（WHAT）

第四要素：问题是在什么时间或时间段发生的（WHEN）

第五要素：问题发生的原因是什么（WHY）

第四节：脚本中“礼貌用语”的使用技巧

一、 服务脚本中“问”声的使用

- 分时段问好

- 问好的使用节点

二、 脚本中的“谢、送、请”声的使用

三、 脚本中“歉”声的使用

- “很抱歉”与“对不起”的区别

- “不好意思”的使用禁忌

- “很抱歉”的使用原则

第五节：脚本中禁止使用的信息

一、 蔑视语

二、 烦躁语

三、 反问语

四、 否定语

五、 口语

### [讨论应用]

- 您和你的混搭原则？
- 客户问题的回复速度应该如何？
- 回答客户问题的脚本信息是字越多越好，还是字越少越好？
- 如何提问才能获得你想要的信息？

### [总结提升]

第一部分：如何正确看待屏幕背后的客户情绪

第二部分：如何在文字表达中体现热情与态度

第三部分：快速回复带来的客户误解与麻烦

第四部分：快速信息传播背后带来的服务困难

第五部分：人工在线服务与机器人服务的融合

## 第四章：脚本设计的应用篇

### [讲解知识]

第一节：服务脚本中开头语和结束语的设计

一、开头语的设计与使用

二、结束语的技巧与要求

三、自然封闭式结束语

四、服务评价的结束语

第二节：客户服务中通用脚本的设计技巧

第三节：脚本中业务与产品信息的设计技巧

一. 售前业务脚本要点

二. 售后业务脚本要点

第四节：“三明治”法则的沟通脚本构成结构

一、同理心

二、解答

三、服务意愿表达

第五节：客户真实问题与需求的分析

第六节：循序渐进的沟通“三部曲”

一、解答

二、解释

三、引证

第七节：沟通效果增益技巧

一、坚守原则与目的性保留原则

二、投诉处理的四诀和四禁忌

三、投诉处理的“四法”

### [讨论应用]

- 如何让在线客户发泄情绪？
- 不同类型的客户有哪些不同的在线情绪表达方式？
- 在线方式适不适合处理客户投诉问题？
- 文字交流中的禁忌有那些？

### [总结提升]

第一部分：传统在线服务形式

- 即时工具型在线服务
- 网页咨询型在线服务

第二部分：新媒体与自媒体在线服务形式

- 新媒体与自媒体在线服务的特点与优势
- 微信在线服务
- 微博在线服务

- APP 在线服务

### 第三部分：在线服务脚本设计技巧

- 文字服务与语言服务的区别
- 文字服务特点与常用语句
- 文字交流中的“8”大禁忌

### 第四部分：在线客户异议处理的技巧

- 在线客户异议与投诉的判断
- 如何预警客户异议和化解客户投诉
- 在线形式客户需求分析