

# 客户服务的关键时刻

## ——服务心态修炼与服务素养提升

### 【课程背景】

当今是服务经济的时代，客户在评价或选择一个企业的时候，依据来自与企业一线员工接触之后留下的或正面或负面的印象考评表，也称为客户服务的关键时刻。一线员工与客户接触的每个细节都在影响着客户对企业的正确认知和客户的满意度及忠诚度。

**服务作为企业的核心竞争力，已经成为企业服务的主旋律！**本课程旨在通过关键时刻的服务模型，结合心理学的理念与方法，帮助企业服务人士了解“由内而外用心的”客户服务理念，和有效的客户服务技巧，提高客户的满意度、忠诚度。使无形的服务有形化，规范化，系统化！赢得客户的好感与信赖，树立企业新形象！

### 【课程收益】

- 建立客户服务理念和行为标准，塑造专业形象和规范行为，提升个人品牌及企业形象；
- 掌握与客户接触过程的“关键时刻”应表现的有效行为模式，从而赢得客户的正面印象；
- 加强学员情绪管理及服务沟通技能，提高服务工作效率，减少与客户之间的冲突；
- 提升学员有效处理客户抱怨投诉的技能。

### 【课程特色】

- 培训内容**系统性**：将服务人士应掌握的服务理念和技巧用简单易用的模型工具呈现，使学员全面系统地掌握服务知识，提升服务技巧；
- 培训方式**多样性**：与服务工作紧密结合，采用理论讲解、案例分析、情景呈现、角色扮演、视频点评等多样化的培训方式，突出听、看、做、练等亲身体验的关键环节，充分激发学员的学习兴趣；
- 培训成效**实用性**：根据企业和学员的工作实际，调整编写针对性的案例，从客户及服务人

士双重视角对服务过程中的细节进行详尽的剖析，互动式的教学手段促进学员在培训现场的转化和运用。

**【课程时长】** 2天（6小时/天）

**【课程对象】** 服务人士以及有意愿提升服务技能的各级人士等

## 一、认知客户服务的关键时刻

### 1. BANI 时代的服务策略

- 1) 什么是 BANI 时代
- 2) 企业结构与服务的关系结构图
- 3) 服务的本质：满足客户的需求
- 4) 服务的关键：发现客户需求的能力

### 2. 服务人士的认知层面

- 1) 用心服务
- 2) 共情客户
- 3) 长期主义

### 3. 解读客户服务的关键时刻

- 1) 客户的满意度形成
- 2) 关键时刻的起源与内涵
- 3) 关键时刻的服务行为模式循环
  - (1) 奠定基调
  - (2) 诊断问题
  - (3) 解决问题
  - (4) 总结回顾
  - (5) 完善跟进

- ✓ 案例分析：结合关键时刻的成功案例讨论岗位关键时刻有哪些？

## 二、关键时刻服务的行为模式

### 1. 奠定基调环节

#### 1) 人生无处不成交——不可不知的人际交往法则

(1) 植入人心的五感开关

(2) 五感开关的神奇密码

- 55% 视觉形象管理
- 38% 声音表情管理
- 7% 文字语言表达

#### 2) 服务人士的视觉形象管理

(1) 仪容修饰（体味 面容 发型 手部 服务妆容要求）

- ✓ 现场检测：仪容规范自测与互测

(2) 着装礼仪（制服着装标准 领带 工号牌的佩戴位置 鞋袜等搭配规范要求）

- ✓ 现场检测：仪表规范自测与互测/评选服务形象大使

(3) 仪态礼仪

- 用您的眼神向顾客传递热情
- 微笑的力量
- 迎宾与送客的点头礼/注目礼
- 服务的站坐行蹲姿规范与禁忌
- 服务的手势：指示、递接等时的手势方位

- ✓ 现场演练：服务人士的仪态示范/寻找服务仪态大使

#### 3) 服务人士的声音表情管理

- (1) 声音的训练：语音、语调、语速的训练
- (2) 针对不同客户的称呼：职务、职称、行业、性别、姓名、年龄
- (3) 文明用语的使用：欢迎语、征询语、应答语、道歉语、致谢语、告别语

✓ 现场演练：声音的训练

4) 绿色客户（一般客户）的服务规范

- (1) 无客户接待时
- (2) 客户到来时
- (3) 递送资料或口述时
- (4) 客户接过资料时
- (5) 客户离开时

5) 红色客户（问题客户）应对技巧与要领

6) 服务人士的服务禁忌

✓ 角色扮演：服务规范环节

2. 诊断问题环节

1) 客户的需求类型

2) 如何预测客户的需求

- (1) 敏锐的观察能力
- (2) 为客户着想
- (3) 探寻客户的需求（企业利益与个人利益）

3) 影响客户的有效沟通

- (1) 客户沟通三要素
- (2) 沟通风格分析
- (3) 沟通的关键是用“心”

#### (4) 高情商的一致性沟通

(1) 面对面

(2) 电话沟通

(3) 网络沟通

#### ✓ 小组练习：高情商的沟通练习

#### 3. 解决问题环节

1) 客户对服务人士的认知与期望

2) 服务情境应对

(1) 正常情况下提供更多的信息/资源

(2) 特殊情况下的系统解决办法

#### 4. 总结回顾环节

1) 客户在服务结束时的认知与期望

2) 最后的补救机会：完整满足客户的期望

3) 总结回顾的四大技巧

#### 5. 完善跟进环节

1) 察觉客户的心理期望

2) 交易后的服务

3) 外部跟进

4) 客户的忠诚度与企业的发展

#### ✓ 案例分析：客户服务后续跟进的价值

### 三、服务人士的压力情绪管理

1. 服务人士的压力管理

1) 压力的定义

2) 压力的来源

3) 压力过度的影响

4) 管理压力 4 部曲

(1) 心态：面对和接纳

(2) 行动：调整和放下

2. 压力过度引发负面情绪

1) 正确认识情绪

2) 管理情绪的误区

3) 从心理学的视角解读情绪

(1) 情绪是生理天气

(2) 情绪是能量

(3) 情绪是信使

4) 管理情绪的外在方法

(1) 饮食调节法

(2) 睡眠调节法

(3) 正念冥想法

(4) 呼吸放松法

(5) 声音或动能的转化

(6) 构建支持系统

5) 管理情绪的内在方法

(1) 情绪管理 ABC

(2) 情绪管理吉祥三宝

- ✓ 案例分析：史上最牛女秘书
- ✓ 总结回顾 & 问题答疑