

时婷老师【涅槃--从技术到管理】金牌系列之

【客户关系管理（CRM）—客户满意度 CS 认知与超越客户期望】

能落地的定制培训课程 (3天)

随着客户数量的不断增长和竞争企业的不断增加，意味着企业除了在吸引新增客户上不断加大力度外，将越来越关注已有客户的满意状态（Satisfaction）和忠诚状况（Loyalty）。因为从营销的角度来看，新兴市场的主要工作是吸引客户，而当市场进入成熟期时，保持客户粘性显然重要得多，因为流失一个老客户的损失比新增一个新客户的收益要大得多。随着市场经济日趋成熟，企业定期考察客户的满意度和忠诚度显得尤为必要！

【培训收益】：

- 1、深入解析客户满意度的价值与意义。
- 2、深入解析客户满意度的标准、模型与方式。
- 3、深化“以客户为关注焦点”的意识，塑造与企业档次相适应的职业风范。
- 4、提高客户关系管理能力与服务意识，2024 为客户提供更高品质的产品和服务。
- 5、促进企业全面提升品牌公众形象，拉近与客户的距离，增强客户粘性、强化客户忠诚度。
- 6、快速把握提升“客户满意度”的关键、重要的营销法则与说服力技能，提升工作效率、实现业绩攀升。

【课程大纲】：

第一模块：客户关系管理（CMR）与最新价值认知

第一章：“科技+”的快节奏与“客户体验+”的慢节奏，正在引领着行业的未来

何谓“客户”与“客户满意（CS）”？

何谓“客户关系管理（CMR）”与“全面客户满意（TCS）”？

何谓超越客户的期望？以及价值意义何在？

行业热门资讯：银泰与周大福的“客户江湖”

行业热门资讯：金鹰与太平鸟的“时尚长空”

行业热门资讯：天虹与 INMIX 音米的“新生活主张”

行业热门资讯：2024“重来，除非我如客户所愿！”

第二章：在 O2O 时代背景下，如何重新解读客户、服务、满意度？

客户为什么多变？（价格？市场？喜好？忠诚度？还是……？？？）

客户对产品、服务的评价到底就是什么？（好与坏？优与劣？满不满意？还是…？？？）

O2O 模式下，如何理解“客户是什么”新定义？（上帝？衣食父母？还是……？？？）

O2O 模式下，如何理解“客户是对的”？（买方市场？委曲求全？还是…？？？）

生产制造型企业的核心价值到底是什么？（出售产品？创造价值？还是……？？？）

关注和提升客户满意度到底能给企业和带来什么？（口碑？业绩？还是……？？？）

【趣味视频欣赏】：《<奥斯卡经典短片>生动诠释客户关系管理的发展进程》

第三章：客户满意管理认知——客户心理学与价值公式 $V=F/C$

【俗语思考与新解】：何谓不“打”不相识？

客户聪明服务心法：SMARTS

客户支持理念：及时 TOP 秘笈与客户期望值管理

客户的心理诉求：客户眼里的优质服务与心理满足

与客户达成心理共识的决定性因素是什么？

客户满意 QCT：针对不同行为类型客户的服务方法？

【时老师版权工具】：《2024 生产制造型企业的“客户满意度测评标准”》

第四章：客户满意管理认知——推进 CS 的客户信息管理

如何进行客户信息的收集？

如何获取收集高质量的信息？

获取有效信息有哪些重要的渠道？

为何要建立面向客户的敏捷型组织？

推进客户满意（CS）：客户信息管理的最终目的

客户信息管理对企业内部改进有何促进作用？

何谓“进攻型”的客户信息？如何进行满意度管理？

【时老师版权工具】：《2024 生产制造型企业的“客户满意度和忠诚度的模型构建”》

第二模块：微笑着认识自我——提升客户满意度的“思想意识关键”

第一章 让自己的“心”亮起来——礼由心生，培养良好的工作意识与习惯

思想—行为—习惯—性格—命运

改变心智模型：与其无奈抱怨、不如积极面对

执行心态：100%说到不如 20%做到

结果心态：言行一致、行动到位

服务心态：帮助他人、提升自我

短片观看：别对自己说不可能 【模拟演练：阳光心态训练】

第貳章 建立常态化“服务心理”——【上班期间即时压力情绪转换方法汇总】

工作压力的科学分类

压力与情绪的关系

哪些不良情绪在对影响工作、生活、吞噬我们的健康？

短片及案例分析：【情绪调整的重要性】

缓解压力的“治标”之法【几种现实有效的减压策略】

缓解压力的“治本”之道【系统减压方略快捷五步法】

【时老师版权工具】：《工作中即时情绪、压力转换的诀窍》

第三章 温暖客户的“心”——微笑舒心服务理念与标准

什么是生产型销售企业的【微笑舒心服务】？

【微笑舒心服务模式与细节】

达到或【超越客户期望的三种方法】

工作现场【现场接待微笑服务细节】

工作现场【电话沟通微笑服务细节】

第三模块：“心”式沟通技能修炼——提升客户满意度的突破新亮点

第一章：心理学解读——有效的行为语言与感性语言

一、从心理学的角度解读客户肢体语言

拒绝的信号

接纳的信号

赞赏的信号

二、接待与服务中的忌语与原则

如何 Say“NO”

避开模棱两可的用语

避免言行无状与过度服务

首问负责与合理承诺

提高语言的精准度

三、情景式演练：针对不同特点客户的委婉表达

第二章 微表情心理学——有效的行为语言、感性语言

一、常见的表情、肢体语言分析

各种微表情信息分析

各种肢体语言信息分析

二、感性语言的重要性

如何培养自己的感性语言魅力

读诗的重要性

日常练习语音语调的方式介绍

现场演示语音、语调运用，带领大家朗诵

三、提高语言的精准度

断言的运用与微停顿

抑扬顿挫与重音练习

四、有效的行为反馈语言——提升心理影响力

眼神的重要性—欣赏的目光

如何练习目光的精、气、神

哪些是鼓励对方说话的肢体语言？

哪些是不正确的肢体表达方式？

话术——鼓励对方说话的话术分析

【时老师版权工具】：《塑造感性语言魅力的“一二三”快捷训练法》

第三章 把握客户心理，灵活运用语言技巧和沟通话术

客户最关心什么？

提问题的重要性

用问题影响客户心理

用问题澄清客户需求

倾听客户心声,准确把握客户需求

把握客户需求，冲击客户心理

【时老师版权工具】：《洞察客户心理的“倾听五原则与提问六步骤”》

第四章：正确管理客户心理,分类进行沟通

沟通没有对错，只是有没有效果的区别

解读客户心理,对客户进行分类沟通

解读客户心理,对客户进行情绪沟通

解读客户心理,对客户进行重点沟通

解读客户心理,成功沟通的七大诀窍

【高手对决】：《卡耐基的沟通高手标准 VS 时老师 5W2H 实战技巧》

【时老师版权工具】：《主导客户主观感受的五行沟通训练法》

第五章：期望公式与客户满意度管理

如何逆向应用沟通漏斗？

客户满意度评价与客户满意价值管理

寻找思维导图：了解（不满意）客户类型并处理投诉

学员问题讨论（1分钟即时贴收集 3分钟分享）

【《<奥斯卡经典动画>视频欣赏】：客户 VS 员工 生动诠释客户满意度的全进程》

第六章：当下醒悟：向细节管理要效益——“细节与沟通才是服务营销成功的秘诀”

一、客户抱怨源于被忽视的细节（流程拆解与分类解析）

哪些关键行为是：该做而没有做的？

哪些关键行为是：该说的话没有说的？

哪些关键行为是：不该做的事情做了？

哪些关键行为是：不该说的话乱说的？

二、面对突发事件，妥善处理各种矛盾的舆情管理能力

【时老师版权工具】：《沟通七步曲训练法》《组织行为萃取》

三、【时老师版权话术工具箱】——《快速提升客户满意感受的沟通密码》

【差异化法则】：人与人是不同的

【亲和力法则】：塑造良好的第一印象

【包容服务心理】：换位思考，感同深受地体谅客户

如何解决实战中不懂得“见人说人话 见神说神话”？

什么是比服务营销用语更高阶、更实用的“落地说服力”？

什么是节奏一致法则，贴近客户心理的【服务话术】？

什么是以柔克刚、化解矛盾冲突的【差异话术】？

什么是进入他的世界，寻找双方共同语言的【同流话术】？

什么是开放式提问、封闭式提问、表述目的+请求的【提问话术】？

什么是强化客户满意度“万应灵丹”的【断言话术】？

【时老师版权工具】：《客户满意标杆话术分析法》《团队经验萃取—成果输出》

第四模块：引导性营销技能修炼——以客户满意为导向的营销服务新亮点

第一章：服务中的营销谋略——服务流程与营销流程的有效整合

过度服务 VS 过度营销

成为全脑型的服务与营销专家

服务流程与营销流程的对比分析

【时老师版权案例】：《他是这样一步步错过销售的最佳时机……》

【时老师版权工具】：《服务中营销的六步方程式》

第二章：左手服务，右手销售——整合服务与销售角色的双面沟通

服务过程中的双面沟通技能

服务中客户心理指南针的活学活用

服务中提升客户关系的方法

服务中的信任度与亲和力

在服务中提升信任度的技能

在服务中提升亲和度的技能

【时老师版权工具】：《高效的双面沟通工具“客户心理指南针”》

第三章：微表情心理学——四类行为特征客户的迎合与引导策略

何谓四类行为特征的客户？

与四类行为特征客户沟通的基本原则

四类行为特征客户的服务接待及需求迎合策略

四类行为特征客户的新消费需求激发与引导策略

四类行为特征客户的成交策略

【时老师版权工具】：《客户典型行为分析法》

第四章：神奇的细节管理——把客户从“冷漠区”引向“忠诚客户圈”【落地工具与方法】

营销中细节管理到底有多神奇？

哪几个问题是应对淡季营销的关键？

哪些语言细节体现对客户尊重与关爱？

哪些表情细节能帮你甄别。驾驭与引导客户的期望值？

哪些行为细节能有效体现企业档次与产品价值？

哪些接待细节能直接影响客户的交易心态与交易额度？

哪些被忽略的产品细节却能体现出品牌的超强竞争力？

【时老师版权工具】：《客户问题转换技术》 《客户关系必学的逼单技巧》

第五章：有趣的柔性成交——营销中引导客户交易需求的要点与策略【落地工具与方法】

如何应对无法取得客户信任的局面？

把客户满意转化为新交易需求的几个关键控制点？

哪些是服务中引导客户新理念的营销策略？

哪些是服务过程中的柔性成交策略？

你不知道的：柔性成交与刚性成交的区别？

【时老师版权工具】：《柔性成交五大右脑技巧》

【时老师版权工具】：《柔性成交四大左脑技巧》

结束寄语：什么是微笑服务？——让客户微笑的服务，才是真正的微笑服务！