

时婷老师【____供电局—客户网格化管理与服务】

客户“服务沟通力提升”与“网格化管理”基础认知

能落地的定制培训课程

【关键词说明】：

为什么强调培训一定要抓“关键”？

“网格化管理”作为供电行业一个重要的培训主题，是一个系统的知识体系的学习。同时培训的最终目的是效果落地，而不仅仅是培训执行。在有限的时间内要涉足全部知识点、面面俱到不容易，但如果老师根据同行业培训经验和行业发展趋势，提炼出“网格化管理”的关键环节进行培训，不仅能起到事半功倍的作用，助力本次培训出彩、出新、出亮点，还能帮助____供电局在客户和众多同行中凸显出服务的“差异化优势”，为企业成为“供电行业的海底捞”助力！！！！

【培训收益】：

- 1、快速把握“网格化管理与服务”的要领与核心服务技能，实现服务水平攀升！
- 2、快速把握“影响客户感受与突破满意度瓶颈”的关键、深度挖掘“服务提升创新亮点与话术影响力”！
- 3、快速提升前端员工的“服务胜任力”，增强客户粘性、扩大供电行业的社会影响力！
- 4、有利于提高前端员工的综合素质和服务水准，塑造与____供电局 2024 发展目标相适应的职业能力！
- 5、有利于全面塑造____供电局服务窗口新形象，提供“提升客户体验+”与“影响打动客户”的特色服务！

【培训感受】：

参加过时老师课程的学员与企业均表示：

- 1、时老师不愧是服务业培训老司机，课程全是干货、更接地气、实战性更强！
- 2、定制式课程太赞了，老师讲的就是供电局里正在发生的，能够与企业现状紧密结合！
- 3、回到单位马上就能用到实际工作中去，按照标准研发出来的课程直接解决服务问题和提升客户的体验，技能手法非常独到、给力！！！！

【课程大纲】：

第一模块：供电企业“网格化管理”—客户经理全新角色定位与基础认知

第一章 服务从“心”开始——客户经理“网格化管理与服务”的核心认知

什么是“网格化管理”？

什么是“网格化服务”？

网格化管理：管什么？怎么管？

网格化服务：服务什么？怎么服务？

“网格化管理”与“网格化服务”的关系

网格化管理、网格化服务与传统管理、服务的区别

【案例分享】：网格化管理在企业、社区的应用

第二模块：新形势下，客户经理如何开展“网格化管理”

第一章 基于“网格化管理”的“设备运维管理”——

一、实施背景：电网设备运维管理的现状、特殊性与发展趋势

二、网格划分总体要求：

电网设备运维管理的职能单位归属？

电网设备地理位置所在区域的负荷配置？

电网设备在电网机构中所处的位置？

三、网格划分规则：

数字社区网格划分规则

电网设备运维服务网格划分规则

【参考资料】：中国电力行业信息化编码现状

四、电网设备运维服务的网格化管理运行机制：

【参考资料】：总体框架图

【六大机制解析】：触发机制、执行机制、协调机制、监督机制、评价反馈机制、资源配置机制

【参考资料】：服务流程设计图

【服务流程五步骤解析】：事件发现、事件受理、分解调配、任务执行、服务完成

第二章 基于“网格化管理”的“营销业务管理”——

一、为何要做“网格化精准营销管理”？

初级外拓营销模式的局限性

网格化精准营销管理的由来

客户经理蜕变——“游击队 VS 常规军 VS 特种兵”

营销手段蜕变——“机关枪 VS 狙击枪”

营销方式蜕变——“等客上门”VS“上门服务+被动选择”VS“上门服务+主动选择”

单一营销模式 VS 多管齐下的营销模式

实战案例：国网——天津电力公司、黑龙江电力公司…

南网——广东茂名供电局的外拓营销…

视频案例：《战狼中的网格化管理》…

二、如何进行“网格化精准营销管理”？

业内常见的 6 个“缺”？——

缺好的客户、好的布局、好的分析、好的整合、好的创新、好的维护

网格化精准营销的 5 个“有”——？

心里有数、脑里有数、口里有数、手里有数、脚里有数！

网格化精准营销——网格形成的“123”？

如何选定 1 个服务半径？ 网格的 2 种类型？ 网点服务区域 3 个圈？

三、“网格化精准营销”业务管理流程——

夯实根据地——稳定网点客户，深挖存量客户

- A. 营业厅服务客户
- B. 梳理存量客户
- C. 分析存量客户
- D. 分层深挖维护

拓展新战场——侦查分析策划，实施督导跟进

- A. 综合侦查战场：区域分布（3 种地图）、客户分类（6 区 5 类）、客户需求、政策环境、竞争环境
- B. 收集分析情报
- C. 筛选目标客户
- D. 制定相应策略
- E. 实施督导跟进

网格化精准营销 业务推进方向：

- A. 园区——企业、机关及事业单位
- B. 社群——社区、街道、居委会
- C. 农区——乡镇、村寨、农户

视频解析——《战狼》中攻击绑匪时情报分析与吴京的应对策略

实战案例——客户经理一次电话沟通失误 或 营销准备不足会带来哪些隐患？

新疆某供电局客户经理如何抓住机会征服“难点客户”？

江西某供电局客户经理如何陌生拜访“商业大客户”一次成功？

湖北、青海某供电局客户经理营销遇到困难如何调准策略，高效完成？

.....

第三章 基于“网格化管理”的“客户服务管理”——

一、实施背景：

传统的客户管理模式，不能满足客户日益增长的服务需求

供电企业与客户之间各类信息不能及时准确传递

电力员工与广大客户的沟通渠道过于单一和模式化

二、如何应用“网格化”管理进行客户管理、优质服务创新（相关案例讲解）

1、实施关键之一：详细调研，精心组织——

【案例解析】：辽宁供电局白塔区“电力营销进社区，服务百姓零距离”实施案例

【案例解析】：南京供电公司市郊板桥供电所“网格化管理 全能型供电所”实施案例

2、实施关键之二：形式创新，注重实效——

- ◇ 如何科学划分网格范围，大力宣传电价政策、供电企业服务理念等，开展特色服务？
- ◇ 区域客户经理与相应网格内的社区工作人员如何联动，与社区及其他机构人员精准对接，减少工作失误和投诉风险？
- ◇ 如何根据各社区实际需求进行软件设施、宣传资料的配备及社区管理平台的信息核对，为客户获取供电服务信息提供更加便捷贴心的支持？
- ◇ 区域客户经理的微信服务平台如何建立？平台核心的组成人员？以及如何通过社群运营与网格内各社区管理人员有效对接？

3、实施关键之三：加强宣传、拓宽渠道——

- ◇ 如何利用社区公告有效宣传银行自助缴费方式
- ◇ 如何开展社区（村寨）内的安全用电宣传？
- ◇ 如何在社区分类、分群、分渠道宣传供电企业的服务理念、阶梯电价政策、产权分界、停电信息、安全用电常识等信息，

4、实施关键之四：拓宽思路，延伸服务——

- ◇ 区域客户经理根据“特殊客户群体和突发事件”开展延伸服务？
- ◇ 如何利用社区管理平台加快客户信息收集，实现客户信息资源共享？
- ◇ 如何在“帮扶特殊群体”中，推动“个性化服务”体系创新升级？
- ◇ 面对“特殊情况区域客户”，如何联动社区管理员提供差异化服务？
- ◇ 面对欠费必须停电的客户，如何利用“欠费停电卡”进行有效督促及管理？
- ◇ 如何开展数字电视“点对点催付”，实现新型自动化催费便民服务？

三、如何应用“网格化管理”进行“客户抱怨管理与价值创新”

1、“借你一双慧眼”——客户的那些“不满与抱怨”到底从何而来？

- ◇ **【案例解析】**：为何营业厅员工小何按规范做事，还会遭到客户的不满与投诉？
- ◇ **【案例解析】**：为何同事大李热心向老人解释新规，却招致老大爷的怒火与追打？
- ◇ **【案例解析】**：同一个客户一天内居然投诉两次，什么情况让抢修班当场蒙圈？
- ◇ **【现场成果输出 1】**：换位思考心智塑造——客户投诉都是源于他们的素质低吗？
- ◇ **【现场成果输出 2】**：《直接影响电力客户服务满意度的“两个关键”是什么？》

2、委曲求全 VS 息事宁人——完美结局：息事如何宁人？

- ◇ 让人头痛的“钉子户”事件 有哪些特点？
- ◇ 面对客户“各类不合理要求” 有哪些特点？
- ◇ 处理“特殊客户人群”的关键技能与步骤分析！！！！
- ◇ 拿起法律武器：电力企业相关“法律法规”中常被忽视的“企业维权条款”……？
- ◇ **【慧眼甄别】**：客户矛盾“处理程序”中常被忽视的关键环节……？
- ◇ **【慧眼甄别】**：客户矛盾“受理记录”中常被忽视的关键环节……？
- ◇ **【慧眼甄别】**：客户矛盾“处理结果确认”环节应重点关注哪些点……？
- ◇ **【交互式训练：客户矛盾处理达人实战演练】**

3、【现场训练成果输出】：——“特殊人群”管理实战技能大PK

场景一：面对开发商、物业与客户三方的矛盾，该怎么开展我们的工作？

场景二：客户反映电费高，认为是我们故意调了电表，该怎么处理？

场景三：客户在开发商交房后，因配套设施不完善、没通电等问题迁怒我们，
该怎么处理？

场景四：营业厅里一名客户怒吼，导致其他客户加入，此刻该怎么有效控制局面？

.....

