

服务升级与客户满意度提升训练

n 课程背景：

企业的品牌和产品升级，要伴随着服务升级，才能满足不同客户群体的需求，通过服务去匹配并不断加深客户对企业的品牌理解，让客户心理觉得“值得”。客户在企业当中经历的每个触点，甚至是员工的一个小细节，都会影响客户的决策。所以企业员工要有意识的通过卓越服务为客户创造良好的消费体验，这种卓越的服务可以让客户能消费，再次消费，还能帮助企业转介绍新客户。

本课程旨在提升员工对“服务”本质的理解，服务呈现和客户感受之间的关系。同时，也让服务管理者了解，想要让客户满意，得到持久稳定的服务质量，需要系统上支持。把“服务”本身当成产品来卖，让客户也为他们体验到的卓越服务买单。

n 课程目标：

1. 识别服务对企业和个人真正的意义，激发员工对服务的重视。
2. 促进服务者理解自己的角色定位，个人的行为是如何影响客户对企业认知。
3. 提升员工情绪管理能力，提升服务意识，用良好的心态面对客户的挑战。
4. 增强员工的形象管理，用良好的礼仪和用语去为客户服务。
5. 提升员工的换位思考，理解客户期待，需求的不同，更好地跟客户共情。
6. 理解不同类型的客户有不同的喜好沟通方式，与客户建立更融洽的关系。
7. 增加对客户反馈的重视程度，推动内部流程改进。
8. 更好的调动资源，为客户提升价值体验。

n 课程对象

一线服务者

n 课程时间

2小时/次，3次课程，共计6小时

n 课程形式

- Ø 课程讲授
- Ø 案例分享

Ø 小组讨论

Ø 情境演练

Ø 团队游戏

n 课程内容大纲

第一次课程：心的提升 – 卓越服务的前提

第一部分：理解服务的本质和客户满意度

开场互动：猜一猜三瓶水的价格？

一、服务的本质和价值

- 1、服务的本质是什么？
- 2、客户买的是产品+增值服务
- 3、服务的客户层次越高，员工的要求也越高
- 4、MOT 关键时刻：SAS 航空公司经典案例
- 5、服务行业的 7P 原则
- 6、服务是如何让企业盈利的
- 7、关注客户的终身价值

二、客户体验真正支撑客户满意度

- 1、企业如何通过客户体验呈现企业价值观？
- 2、客户满意度和客户体验，员工体验之间的关系
- 3、撬动客户满意度的关键因素
- 4、客户体验与客户决策的关系
- 5、客户都是主观和情绪化的
- 6、服务人员一定要引导客户的正向情绪

第二部分：服务人员的角色定位以及内在提升

一、客户现场员工的角色定位

- 1、提供给客户的到底是什么？
- 2、理解工作职责和工作本质的区别

、 觉察即改变，关注服务意识

- 1、10 种正确的服务意识
- 2、服务意识取决于内心

三、觉察内在工作模式

- 1、服务客户之前，先服务好自己
- 2、突破固化思维和自动化模式
- 3、去掉内心的“应该”：存在即合理
- 4、关注自己可控的：做好自己
- 5、正向思维和绿灯思维
- 6、保持积极的情绪面对客户
- 7、面对情绪干扰，有效的四步行动

作业：从“知”到“行”的训练 - 写情绪觉察日记

第二次课程：形的提升 – 卓越服务的基础

第一部分：服务礼仪的细节和价值

视频观赏：佳士得拍卖会现场

- 一、 礼仪的本质和暗示
 - 1、礼仪的细节藏着自己的经历
 - 2、得体的礼仪为你的服务加分
 - 3、礼仪的本质就是把对方放在心上
 - 4、企业的品牌形象通过员工的礼仪传递
 - 5、身体语言最重要：55387 原则
 - 6、一个表情和语气语调的暗示
 - 7、服务人员一定要让客户喜欢你
- 二、 仪容和仪表礼仪
 - 1、职业形象是客户对你能力的解读
 - 2、微笑的本质，如何微笑
 - 3、目光的自信，赢得客户信任
 - 4、仪容和化妆，如何展现自己的美
 - 5、服饰的要求，干净整洁合体
- 三、 仪态和社交礼仪
 - 1、身体要挺拔，保持工作的状态
 - 2、站姿行姿蹲姿
 - 3、引路让路，手势礼仪
 - 4、克服不雅姿势
 - 5、当客户问我话时，我应该怎么做
 - 6、当客户问我的问题解答不了，我应该怎么做
 - 7、你还遇到过哪些客户互动？

第二部分：服务语言概述

四、语言礼仪与魔力语言

- 1、使用普通话，正式语言
- 2、请字当头，谢不离口
- 3、魔力语言和服务文明用语
- 4、使用“我”代替“你”
- 5、使用正向的语言，引导正向的情绪
- 6、不能使用的语言

作业：每天早会每人到前面站满一分钟

第三次课程：脑的提升 – 卓越服务的呈现

第一部分：理解客户的需求，获得信任

一、卓越服务要达到两点

- 1、为客户解决问题的能力
- 2、让客户心情愉悦的能力

二、客户信任的四个层次

- 1、职业信任：礼仪是敲门砖
- 2、专业信任：熟悉和理解产品
- 3、关系信任：要会跟客户聊天
- 4、利益信任：关注客户的利益

三、客户需求探索

- 1、客户的期待、需求的区别
- 2、倾听：读懂客户的心
- 2、客户需求的几个层次：分享独家信息
- 3、学会跟客户聊天，关注客户个人利益
- 4、客户的显性需求和隐性需求

思考：客户还有哪些诉求点没有被满足？

四、学会问问题

- 1、问题的本质是澄清
- 2、引导客户说“是”的答案
- 3、倾听完再进行提问和解释

第二部分：服务沟通给客户最好的体验

一、服务沟通，人通事顺

- 1、提升对人的感知程度：信息和情绪
- 2、沟通影响力：55387

- 3、镜像效应：快速跟人拉近距离
- 4、外向和内向性格的客户

二、左脑讲理，突破防御

- 1、事实类陈述，让客户相信你
- 2、事实也可以“骗人”
- 3、借一切机会呈现产品优势，植入客户心智

三、情商沟通，引导客户

- 1、自己就是最大的资源
- 3、创造客户积极情绪的方式
- 4、让客户知道你的付出
- 5、把客户利益放在首位的表达

四、处理客户的顾虑

- 1、处理客户的投诉和情绪
- 2、客户投诉背后的价值
- 3、关注客户反馈，推动流程和文化迭代