

《向服务要效益》

——打造满足客户价值需求的服务团队

主讲：彭龙老师

【课程背景】

场景一：按照流程与标准真心服务客户，可客户就是不听，还要投诉，员工也很郁闷……

场景二：明明是客户错了，可客户还是不依不饶，员工该怎么办……

场景三：客户根本不体谅我们的难处，甚至爆粗口，员工除了忍耐还能怎么办……

场景四：全员都在全心全意服务客户了，业绩就是难以实现高增长……

在酒店、餐饮、银行、家居建材、证券、保险、物业、航空、电信、物流、加油站等服务型企业，我们的员工在客户沟通过程中是不是经常会遇到这样的场景。

以上问题，您都可以在《向服务要效益》课程中找到答案！

先进的商业理念是一种生产力，它让买卖双方愉快的商业氛围中实现双赢。落后的商业理念是一种破坏力，它让员工委屈郁闷，它让客户愤怒投诉，它让买卖双方落得双输。市场不可怕，市场服务理念落后才可怕，感动客户源于客户服务理念的革命。

【课程收益】

- **业绩性收益**：掌握吸引新客户、留住老客户的方法和路径，实现业绩的持续与稳定增长。
- **专业性收益**：提升服务意识与服务品质，实现超越客户预期的服务理念再升级。
- **职能性收益**：从根本上改变管理、生产、营销、客服等部门之间相互推诿与相互抱怨的顽疾性管理状况。
- **身心性收益**：提升员工的幸福感，实现客户、员工、企业、政府、公众五个维度的和谐发展。
- **管理性收益**：帮助企业修订相关的服务制度、流程等，并协助企业制定相关的行动方案。
- **团队性收益**：降低员工流失率，提升团队士气与战斗力；让员工在服务等中本职工作中有价值感与成就感。

【课程特色】 课前：全员现状与工作困惑调研，并编辑成课上的教学案例；课上：沉浸式教学，案例分析演练，游戏互动答疑；课后：内训效果调查，内训感言编辑，读书会；年度顾问：编撰《客户价值导向的绩效手册》……

【课程对象】 中高层管理者、职能部门负责人、团队经理、客服经理、营销体系管理者、售后服务管理者、一线服务和销售人员等

【课程时间】 2天（6小时/天）

【课程大纲】

一、客户需要的是产品与服务吗？

1、企业需求以及客户价值与体验

2、客户需求与企业定义

- 企业商业行为的产品定义
- 企业商业行为的服务定义
- 企业商业行为的客户效果定义

3、产品、服务与客户效果的关系与本质区别

互动演绎：《你是干什么的？》

本节工具：企业从产品与服务定义到客户价值与体验定义的现场演练；企业重新定义检验法

二、客户的判断是根据事实作出的吗？

1、商业诚信与做人诚信的异同点

2、商业诚信与做人诚信的判断

3、个人、商业诚信与事实

案例研讨：《如果你是商家，你认为自己是诚信的吗？》

互动演绎：《请用一个形容词形容你的心情》

本节工具：检验商业诚信的三段论

三、如何超越客户的预期？

1、客户需要的四种价值

- 产品价值
- 服务价值
- 附加价值
- 人本价值

2、人本价值与客户忠诚度的关系

3、超越竞争对手的客户服务文化

4、让客户抱怨变成客户忠诚的契机

5、让客户满意变成客户忠诚

案例研讨：《海底捞：以下案例有什么共性》

本节工具：人本价值的5+2+2法则

四、如何接纳客户看似荒唐和不可理喻的思维方式？

- 1、客户的十二种思维方式与对策
- 2、商家的对应思维方式与对策
- 3、商家郁闷与思维判断之间的内在关系

案例研讨：《不同类别客户的应对方法》

本节工具：心怀愧疚（而不是郁闷或愤怒）地接受客户“误解”的方法

五、客户投诉的第一步诉求是什么？

- 1、客户投诉的需求分析
- 2、客户投诉的步骤与需求
- 3、商家应诉步骤
- 4、商家在应诉中的常见问题
- 5、圆满解决客户投诉的十个步骤

案例研讨：《这样回答客户行不行？》

本节工具：客户投诉的步骤与应对流程；客户价值导向的客户投诉解决法则（两条主线：基础线+价值线）

六、用心与用脑的区别和联系？

- 1、用心思维的定义
- 2、用心顿悟法

案例研讨：《抚摸》

本节工具：用心顿悟法