

《客户投诉实战技巧》直播课纲

课程背景：

客户投诉（以下简称客诉）是在业务过程中难以避免的情况，一般来说客诉是基于产品或服务的某些瑕疵而产生的对客户带来负面影响的场景而产生的，解决客诉既是对产品、服务功能性的修补，更是对于客户产生的不满意情绪的转移与消解。因此，有效应对客诉，其价值内核是科学系统的方法论，其外延是基于感性理性并存的技巧与话术。

课程收益：

- 正确认知客诉，“危与机”并存
- 明确客诉处理的核心价值链
- 掌握高效客诉处理技巧流程和话术

课程时间：

直播：约 2 小时

课程对象：

客诉处理团队、客户经理等

课程大纲：

第一部分：正确认知客户投诉

1. 客户投诉的来源

- 理性层面：产品、服务瑕疵
- ◇ 瑕疵的标准：客户预期与实际效果的差值
- 感性层面：客户情绪
- ◇ 情绪来源：利益受损：自身利益、组织利益

2. 事物的两面性：客诉的价值

- 产品、服务的功能完善与提升
- 既有客户的触点
- 客户感知提升的“危与机”
- 更多商业价值的挖掘机会

第二部分：客户投诉处理的核心价值链

1. 客诉处理的核心目标是什么？

- 理性目标：瑕疵的转移、消除
- 感性目标：情绪的恢复

2. 客诉处理的核心价值链

- 同频—降低情绪—理性沟通—解决方案--消减影响—显性进展—解决结果—提升与挖掘

第三部分：客诉处理的技巧与话术

1. 客诉处理高效流程

① 聆听与理解：快速同频、探寻信息

话术示范

② 确认与行动：场景式的问题分析与确认、确认关键瑕疵、预先采取弥补与消除的行动

话术示范

③ 解决建议：价值式的解决方案

话术示范

④ 开展行动：双向行动:解决瑕疵本身、解决瑕疵的影响（为投诉人分担、消除压力）

话术示范

⑤ 过程把控：先于客户的信息同步、影响消除效果的把控

话术示范

⑥ 结果呈现与复盘：解决结果显性呈现、“转为危机”的客户感知提升和潜在价值挖掘

话术示范

2.案例示范

基于实际客诉场景的分析与全流程（话术）示范