

从对抗到共赢·投诉沟通策略提升

【课程背景】

- 随着国民生活水平日益富足，消费需求日渐增高，消费体验已由先前的“身”经济过渡到“心”经济，情绪价值在消费体验中更是被广泛关注；面对日益繁杂的客户状况，稍有不慎即引发投诉；处理客户异议，服务人员压力陡增、情绪对立、处理技巧缺失亦让投诉进一步升级。
- 为此，对受理投诉的客服人员是否具备较强的应诉能力，高效的沟通能力，尤为重要！
- 如何提升客服人员沟通能力，妥善处理客户投诉，提高运作效率，维护企业形象，是各大企业面临的一大问题。
- **本课程结合常见投诉场景，提供处理投诉的相应表达技巧，全面提高客服人员面对投诉时的共情沟通能力，掌握应诉的沟通准则，有效化解情绪，破解处理投诉难题，提升沟通效率，化不满为满！**

【课程收获】

- ✓ 洞察投诉的本质思维与立场，提升服务境界；
- ✓ 建立表达思维，逻辑清晰态度诚恳，优化沟通氛围；
- ✓ 更高效更清晰、**创造共情共识共赢**的投诉处理表达；
- ✓ 建立抗压心态，通过“心理脱困”避免职业倦怠，降低沟通中的情绪内耗；
- ✓ 核心知识点**现场转化**、用场景练习强化核心技能。

【课程形式】

- ❖ **实战导向**：结合案例分析与情景模拟，将理论转化为可操作工具。
- ❖ **多元互动**：通过分组研讨、角色扮演、剧本演练等形式，激发参与热情与创造力。
- ❖ **成果可视**：制定明确学习目标，输出个性化应用指南，确保落地转化。
- ❖ **聚焦实效**：以目标达成为核心，设计可量化、可复用的解决方案。

【课程内容】

模块一：重构表达思维

一、透析沟通本质

1. 摒弃模板化沟通
2. 聚焦表达背后的核心驱动
3. 将“能讲”升华为“善言”

二、影响力表达三维策略

1. 注意力：听众利益相关
2. 共情力：创造情绪价值
3. 影响力：转向共鸣型分享

三、精准表达五维场景

1. 沟通：平等视角下的信息交互
2. 说服：在弱势中施加有效影响
3. 谈判：化冲突为协作的增量思维
4. 演说：构建权威观点与话语权
5. 辩论：通过逻辑思辨争取第三方支持

模块二：分析理解投诉

一、知己知彼——投诉处理心理分析

1. 投诉的定义
2. 投诉服务投诉带来的价值
3. 投诉服务的三大终极目标

二、投诉处理人员的角色定位

1. 情绪管理者：客户负面情绪的疏导者
2. 问题解决者：从表象诉求到深层需求的挖掘
3. 企业代言人：维护品牌形象的“最后一道防线”

三、找到本质——投诉原因

1. 质量投诉 VS 服务投诉
2. 服务投诉三原因

- 1) 技巧
- 2) 态度
- 3) 流程

四、五个常见心理阶段与动机

1. 求发泄的心理
2. 求尊重的心理
3. 求认同的心理
4. 求表现的心理
5. 求补偿的心理

五、应诉原则——服务未至，心态先行

1. 接受理解
2. 承担情绪
3. 即时即办
4. 换位思考

六、行为分析——理解他人是影响他人的关键

1. 控制型特点和投诉沟通方法
2. 表现型特点和投诉沟通方法
3. 友善型特点和投诉沟通方法
4. 严谨型特点和投诉沟通方法

模块三：五步法投诉处理流程

一、接收阶段：

1. 倾听技巧：3F 法则（Fact-Feeling-Focus）
2. 信息记录：关键信息结构化提取（5W2H 模板）

二、分析阶段：

1. 问题分类：技术类/服务类/流程类投诉的优先级判定
2. 责任归属判断：企业责任 vs 客户误解的应对策略

三、解决阶段：

1. 补偿方案设计：替代方案提供法（Option ABC）
2. 权限边界管理：如何合理运用“有限授权”

四、反馈阶段：

1. 闭环沟通话术：“确认-致歉-方案-改进-监督”五步法

五、复盘阶段：

1. 案例归档：建立企业投诉知识库

模块四：应诉中的共情表达

一、化解对立思维：构建对话安全边界

1. 需求预判技术
 - 1) 威胁信号识别
 - 2) 动机升华法
2. 语义澄清体系
 - 1) 信息颗粒度校准
 - 2) 利益共识锚点
3. 立场协同策略
 - 1) 认知换框技术

二、语言同频策略：消除认知偏差

1. 认知共振模型
 - 1) 情感共鸣触发
 - 2) 思维模式切换
2. 语料置换法则
 - 1) 负面词汇转化表
 - 2) 能量场域构建

三、对话势能营造：建立信任基模

1. 黄金第一印象法则
2. 破冰价值点设计

四、去主观化表达：构建理性对话场域

1. 信息分层管理模型
 - 1) 客观陈述层
 - 2) 主观诠释层
 - 3) 利益立场层

2. 共识驱动表达模型
 - 1) 金字塔说服结构
 - 2) 压力释放技术

五、四维深度倾听与精准回应

1. 事实获取——扩大信息选项，找到更多可能性
2. 创造共情——通往从共情到共赢的核心开关
3. 高效链接——善于观察，建立“关系”
4. 共识前提——不因信息差而出现表达阻碍

案例视频：【赢在中国】案例分析，找出问题及结合自身场景分析

课程产出：真实冲突场景中结合知识点运用后的解决方案