

提升用户体验：高情商沟通技巧

课程目标：

1. 帮学员从心理视角，深度理解客户特征、心理需要、服务需要，懂得客户是服务客户的基础；
2. 提升学员的客户服务意识及为客户“提供情绪价值”的能力；
3. 提升学员关键服务时刻的问题分析与解决能力；

一、八个典型客户心理特征解析

晕轮效应 首因效应
自尊心理 从众心理
炫耀心理 疑虑心理
方便心理 安全心理

研讨:运用客户心理，如何有效为客户提供情绪价值？

二、高情商服务四级标准解构：服务人员的自我情绪管理与积极影响客户

1.什么是高情商？

中科院心理所对高情商的四级界定

情商第一级：自我情绪觉察

情商第二级：他人情绪识别

情商第三级：自我情绪管理

情商第四级：他人情绪影响

讨论：什么是情商？情商在服务中的作用和价值？

● 第一级 服务中自我情绪觉察：

体验：情绪传染

情绪具有传染性，我们在服务中的“状态”很容易感染客户

服务案例：某头部公司海外服务情绪失控

● 第二级 他人情绪识别（客户服务中）

客户典型情绪梳理：高频、重要场景

如何识别客户情绪：非语言信息解读

- **第三级 客户服务中的自我情绪管理**

客户服务中的短时情绪管理方法：

深呼吸、倒十、目标角色

关注圈与影响圈

认知重评法 ABC

客户服务人员如何避免耗竭式心理调节：

体验：制作自己的情绪赋能锦囊

- **第四级 高质量服务：通过自我情绪管理影响客户情绪**

服务中客户的典型情绪应对：

焦虑情绪解读及处理方式

生气情绪解读及处理方式

- **为客户提供情绪价值的 7 个心理交互技术：**

1.自然同理倾听：简述语义

2.赋能式倾听：重要的、想要的、目标

3.运用镜像神经元（情绪感染）

4.解决问题：善用“替代”

5.隔离法

6.重构

7.赞美

三、四种典型性格客户服务需求与服务策略

老虎型客户：脾气暴躁、直接、强势

孔雀型：滔滔不绝，善变情绪化

分析型型：理智好辩，关注细节

考拉型：犹豫不决，温和友善

现场测评：我是怎样的客户？各类客户服务需求探索与应对

四、关键时刻：做有温度的客户服务

1. 一般投诉：客户对产品使用体验不好，不满意，提出投诉。

第一步：表示了解该投诉

第二步：给予积极补救行动建议

第三步：询问是否接受

2. 情绪激烈型投诉：

第一步：自然同理倾听，舒缓情绪

第二步：澄清客户需求

第三步：共识客户需要解决问题的目标

第四步：提供行动建议或共创行动建议

第五步：询问是否接受