

# 《5G时代存量用户维系与营销技能提升》

## 培训实施方案

### 【课程设计背景】

5G时代，第七次信息革命是智能互联网，5G是第七次信息革命的基础。用户面临智能终端和服务的升级，对于通信运营商这是一次巨大的商机，而一线服务营销人员，是本次商机的挖掘者和推动人，是企业与消费者之间的桥梁。服务和营销水平高低直接影响企业的形象与未来。

根据我多年从事一线客户经理维系与营销的实战经验，做好这份工作离不开两点：  
1、心态，顾名思义就是得愿意从事服务营销这份工作，积极主动营销，遇到被客户拒绝甚至辱骂能调整好自己心态。  
2、行为，掌握营销技巧、客户生命周期管理、沟通技巧，客户拒绝的应对，促成客户办理、套餐升级等，拥有积极的营销心态和掌握营销的方法技巧，才能做好这份工作。

所以本课程设计背景正是抓住这两关键点，第一，心态层面：让学员紧跟时代步伐做好服务营销的信心，相信自己相信产品，拥有积极的心态去从事这份工作。第二，行为层面：掌握营销的流程与技巧、话术脚本的设计、客户沟通技巧、客户拒绝的应对话术、促成客户办理等。课程将根据课前调研诊断，量身定制结合目前互联网权益、5G流量套餐、智能终端、宽带、融合产品等核心产品，均有课堂通关练习、实战落地的话术脚本和营销工具，输出干货，**培训结束话术脚本即可马上用在工作当中。**

### 【课程对象】

营业员、店长、客户经理、客服、班组长

### 【课程时间】

3天（18小时）

### 【课程人数】

50人左右

### 【课程大纲】

#### 5G时代服务营销职业认知

客户经理岗位的四大目标，主动服务营销的心态

营销的初心——对自己自信

营销的初心——对产品自信

体现对自己营销产品自信的话术分享

✓ 你们的信号很差（之前用过或听人说）应答话术

你们的网络行不行的呀？应答话术

案例、互动（自信的营销）

营销趋势职业定位（根据讲师自身一线营销的工作经验，讲述销售人员的未来发展规划）

5G时代营销时面临的四个时期与应对

恐惧期、兴奋期、厌倦期、困惑期

## 二、服务营销积极心态塑造与调整

积极阳光客服心态训练

客服沟通情绪来源

积极阳光服务心态来源

活在当下的客服心态

积极阳光的客户心态

调整快乐的营销心态

期望效应在客户服务中的运用

一线基层营销岗位压力源分析

简单有效的缓解一线营销压力的方法

面对超长时间的工作加班怎么办？

对职业发展感到迷茫怎么办？

介绍套餐被客户拒绝，出现恐惧心理怎么办？

被客户埋怨、责骂怎么办？

我每天要打邀约电话压力大怎么办？

客户在对我发泄怎么办？

我的工作指标很重、压力很大怎么办？

我在团队上月倒数第一怎么办？

客户不讲理对我破口大骂怎么办？

## 三、服务沟通原则与技巧

### 1、尊重

里客户对产品感知影响因素

沟通中的语义转换

练习：礼仪训练

### 2、互动

营销沟通中互动的重要性

互动技巧

营销沟通中停顿的时机与作用

练习：核心业务现场训练

### 3、亲和

亲和力表现

正确的发音方式

营销中声音控制能力

声调的控制

音量的控制

语气的控制

语速的控制

微笑的训练

小练习：语态的控制能力

#### **4、倾听技巧**

倾听的三层含义

倾听的障碍

倾听中停顿的使用

倾听的层次

倾听的四个技巧

回应技巧

确认技巧

澄清技巧

记录技巧

现场演练：客户抱怨资费，请用倾听技巧安抚客户的情绪。

**案例：**

**流量套餐介绍时，积极回应技巧**

**客户对套餐抱怨/调档时好用的回应工具与话术**

**现在套餐都不如以前划算**

**还说是大客户呢，都没有优惠啊？**

**我两天前反映的问题，你现在才给我回复？**

#### **5、共情技巧**

投诉抱怨客户的处理

什么是共情？

共情的正确认识

表达同理心的3种方法

同理心话术的三个步骤

**案例：**

**之前你们说流量无限用，为什么还要限速？**

**我怎么可能用这么多流量呢？**

#### **6、赞美技巧**

销售中赞美客户

直接赞美

比较赞美

感觉赞美

第三方赞美

骂声中赞美

现场训练：

**常用赞美客户语言**

**客户拒绝、质疑时，赞美客户的话术**

**抱怨客户赞美话术**

**感谢客户的话术**

## 7、客户生命周实战案例演练：

资费不满场景案例分析、应对策略和话术。

员工工作失误场景，导致客户对公司服务不满案例分析、应对策略和话术。

低零流量客户场景案例分析与流量经营辅导。

低零话务场景案例分析、应对策略和话术。

客户话费突然降低场景案例分析、应对策略和话术。

客户对手机、宽带终端功能不满场景案例分析、应对策略和话术。

竞争对手挖墙脚场景案例分析、应对策略和话术。

服务感知提升场景案例分析、应对策略和话术。

话费提醒与催缴场景案例分析、应对策略和话术。

离网挽留场景案例分析、应对策略和话术。

### 提升客户忠诚度

影响客户忠诚度的因素

客户满意度

提升客户忠诚度的话术脚本设计

案例与练习

携号转网的挽留话术

销户的挽留话术

套餐降档挽留话术

## 四、主动营销实战技巧与话术设计

### 1、营销前的准备工作

心态的准备

脚本的准备

信息的准备

礼仪的准备

### 2、销售邀约电话怎么打？微信怎么加？

开场白之规范开头语

电话接通如何让客户愿意听下去？

客户为什么会挂你电话？

套路一：确认信息+寻找共性+展示价值+号召行动

套路二：确认信息+建立信任+风险预警+号召行动

细分：不同产品销售开场白话术设计：

落地工具：营销工具、话术脚本、课堂练习。

### 3、客户需求挖掘与引导技巧

挖掘客户需求的工具是什么

提问的目的

提问的两大类型

外呼提问遵循的原则

三层提问法

信息层问题

问题层提问

解决问题层提问

细分：不同产品销售需求引导话术设计：

落地工具：营销工具、话术脚本、课堂练习。

现场演练：引导客户 5G 流量套餐升级的需要

现场演练：引导升级互联网套餐的需要

现场演练：引导客户办理融合套餐、宽带

现场演练：智能终端业务引导技巧

现场演练：会员业务开通提问引导技巧

#### 4、有效的产品介绍

产品介绍最有效的三组词

提高营销成功率的产品介绍方法

好处介绍法

对比介绍法

主次介绍法

客户见证法

分解介绍法

细分：不同产品销售需求引导话术设计：

落地工具：营销工具、话术脚本、课堂练习。

练习与案例：

归纳总结流量套餐/套餐升级的好处与话术设计

核心产品的产品

(5G 套餐、智能终端、5G 流量加油包/提速包、融合、会员业务) 介绍方法与话术设计

#### 5、客户异议处理与挽留技巧

异议的分类

真实异议

虚假的异议

隐藏的异议

异议处理的四个原则

客户异议处理的四种有效方法

提前异议处理法：引导法、同理法、认可法

营销，客户常见异议应对话术与练习：

我不需要

太贵了

我再考虑一下

我跟家人商量一下

我有时间去看看

我什么都不需要，不要打电话过来了

这次活动，我不想参加，有需要再联系你吧

现在没时间

我家里公司都有 WIFI，不需要 4G/5G 流量

别的公司宽带还没到期  
我的套餐流量都够用不需要升级  
友商送的流量都用不完  
我想去 XX 地方看看，了解后再说  
我已经有友商宽带了。  
我每个月打电话比较多  
我很忙  
您咋知道我是谁？我信息是不是泄露了？  
你们信号很差  
友商有变态优惠价格  
我已经是 XX 会员了，不需要  
我觉得 XX 会员更好  
老人家，只拿来接电话，很少打电话，拿来当备用号不常用  
还没推荐就表示不要不要  
有 24 个月协议期，那我不办了……  
这点钱我不需要办理分期  
没有 5G 手机（网络）  
用超了还得 3 元一个 G  
我的流量够用，不需要加装

## 6、临门一脚促成技巧

人性需求与促成  
人性的两大需求  
人性需求对促成的价值分析  
促成的五大技巧

- ② 直接促成法
- ② 危机促成法
- ② 二选一法
- ② 体验促成法
- ② 展望未来法
- ② 客户见证法

细分：会员业务、流量包、5G 套餐、智能终端、融合业务的促成话术设计：

落地工具：营销工具、话术脚本、课堂练习。

现场演练：学员学会 3 种以上促成办理的方法

话术设计：6 种促成的话术编写

## 五、投诉处理实战案例分析与法律法规讲解（含场景沟通话术）

未经本人同意的情况下接到官方客服电话、其他固定电话、手机号码的电话营销是因为公司泄漏了自己的信息的应答话术

通过银行分期购机，或承诺合约消费优惠购机/赠机，但手机损坏、丢失，要求取消后期的分期或合约。有凭证，但不认可。案例背后的法律法规与应答话术。

市民王先生销户后，要求原路退还现金，通信公司却迟迟没有返还他账户上的余额。无奈王将通信公司诉至城中区法院，法院将如何判决？案例分析与应答话术。

电缆刮伤路人，责任谁来承担？

宽带包年到期转包月争议、提醒争议的法律法规与应答口径。

客户损失的赔偿依据（客户要求多倍赔偿合法吗？）

免费体验增值业务到期转收费是否合法合规？

客户可以在营业厅里拍照录像吗？

使用机主及登记机主出现纠纷投诉

侵权责任法对于客户赔偿的规定

客户要求运营商公开道歉法律依据

宽带移机无资源，话费/光猫需要退还吗？

吉祥号保底消费合法吗？

未征得用户同意开通付费业务争议

以上案例涉及的相关法律法规讲解：

国物权法法律条款解析

免费体验增值业务到期转收费争议

长时间欠费争议

手机号码使用人与机主本人补卡争议

霸王条款

霸王条款的辨别

霸王条款的应对

三包

手机三包法律规定

手机营销法律问题

赠品质量问题的处理

精神赔偿

精神赔偿的规定

精神赔偿的应对

谁主张谁举证

误工费、误工费

交通费、误工费的法律法规及赔偿标准

交通费、误工费的应对

高额赔偿

新消法中对高额赔偿的规定

民法典对赔偿的规定

高额赔偿的应对

电信条例中关于赔偿的规定

电信条例

电信用户申诉处理暂行办法

电信服务规范、法规知识

消费者权益保护法知识讲解

《中华人民共和国民法典》适用条款讲解

《消费者权益保护法》适用条款讲解

《中华人民共和国合同法》适用条款讲解

《电信条例》适用条款讲解

《电信用户申诉处理办法》适用条款讲解

《电信服务规范》适用条款讲解

### 疑难问题分析与应答沟通话术设计：

涉及话费展示不清晰或者流量使用问题，专业部门一般无法核实到具体原因，基本都是回复为系统异常，请客服代为解释。这类问题客服向用户解释起来较为困难

达量降速，用户提供降速至 1M 速率没有达到标准，因目前无法核实用户手机的速率情况。往往出现不容易解释情况

畅享套餐用户称企业宣传是无限制使用，但实际降速等于限制

用户表示自己每次使用定向流量客户端都走自己套餐的流量，不走定向流量包，局方核查走向正常，用户认为移动欺骗自己乱扣流量。

短时间内产生大流量，企业计费正常，但否认使用上网流量，要求提供具体的上网内容

用户表示号码都是正常打电话联系业务为何被停机，对此不认可。哪条法律规定手机都欠费停机好几个月了还得交月租？

用户因发送含关键字的垃圾知识，被暂停短信功能的使用，不认可，要求告知国家哪条法律规定短信里面不准发什么字？

因不能解除短信黑名单，用户要提供发送时间和发送内容（局方无法提供），很难与客户沟通

一用户在多个地市办理号码业务，由于各地市（或者渠道）政策不同，所办号码享受的优惠不同，用户要求只要在省内办号码，必须享受同样的优惠，否则投诉移动霸王条款，新老客户区别对待