**卓越的客户服务**

**授课对象：**

与客户服务相关岗位的人员。

**课程背景：**

“我们唯一真正的老板只有一个，那就是顾客，只要他们把钱花到别的地方，就等于是炒了我的鱿鱼，公司每个人的饭碗，都可能不保，就算是董事长也难以幸免”

—山姆.沃尔顿，沃尔玛创始人

在激励的市场竞争中，客户的重要性不言而喻。目前“客户服务是产品的重要组成部分”这个观点是越来越得到用户的接受和认可，服务和产品本身都是企业竞争的重要来源，在市场竞争日趋激烈的今天，同行产品在价格和性能上的差距大大降低，要想突出产品的个性化，获得客户的亲睐，新颖和完善的客户服务是企业的致胜法宝！然而，在实际工作中，我们往往会发现：

* 员工缺乏客户服务意识，对客户需求漠然；
* 与客户沟通中缺乏技巧和方法，容易忽略客户感受；
* 与客户接触中，习惯处于被动角色，缺乏主动服务客户的意识和方法；
* 和客户总是像在两个世界，如何走进客户的世界，“急用户之所急，想用户之所想”；

……

客户服务是一门永远学不完的艺术，本课程将与您倾情分享客户服务中的关键技巧和工具，帮助您提升客户服务质量，同时促进学员对客户服务重要性的认知，并通过大量练习和讨论帮助学员将客户服务知识及技巧应用到实际工作中，不断提高客户满意度，最终实现客户满意。

**培训目标：**

* 统一观念，明确服务在企业价值体系里的定位，服务对企业的重要性，增强服务人员的自信心与自豪感
* 正确认识服务的内涵与特点，明确怎样的“服务表现”和“服务标准”才可以达到客户的满意建立大家对企业服务方式和服务要求的统一认识
* 学会把握客户的需求的方法与技巧，能够迅速了解客户的心理，正确判断客户的期望值
* 掌握沟通技巧，提升沟通能力，增强与客户的交流效果；
* 掌握“管理客户期望”的技巧，提升客户的满意度；
* 学习有效处理客户投诉的技巧，最大限度地获取客户的满意与谅解；
* 掌握客户服务的实战技巧，并应用到日常服务行为中。

**课程大纲：**

**第一单元：观念篇，服务也是利润源**

1. **行业的变化与挑战**

* 僧多粥少：竞争对手的无情挤压
* 水涨船高：上帝意识的觉醒使客户的期望不断攀升
* 市场的周期性变化
* **小组讨论：**变化的市场环境

1. **服务在市场竞争中的重要作用**

* 服务可以带来无限的竞争差异化
* 服务可以为厂商带来更多的利润
* **案例分析：IBM**引领服务变革

**3、企业对服务的定位**

* 我们的服务现状
* **小组讨论：**一线工程服务人员的价值
* 企业的服务定位

**这部分的目的在于通过对市场的变化分析，让服务人员理解服务在公司竞争中的地位，并对企业的服务定位达成一致，从而在服务观念上统一。**

***第二单元：标准篇：什么是卓越的客户服务***

1. **服务的定义**

* 什么是卓越的客户服务
  + - 服务理念
    - 组织架构
    - 人员素质
    - 服务流程
* **小组讨论：**描述理想的企业服务

1. **服务产品与设备产品的区别**

* 不可感知性——**Intangibility**
* 不可分离性——**Inseparability**
* 差异性——**Heterogeneity**
* 不可贮存性——**Perish ability**
* 缺乏所有权——**Absence of Ownership**

1. **通过服务管理提升服务质量**

* 服务供应商内部的4个管理差距将直接影响外部的服务质量
  + - 公司不了解客户的需求
    - 公司未选择正确的服务设计和标准
    - 公司未按标准提供服务
    - 公司的服务绩效与服务承诺不相匹配
* 如何通过服务管理体系提升整体服务质量
* **案例讨论：**企业通信的服务管理差距研讨
* **案例分析：**某设备厂商的服务中心组织架构分析

1. **什么样的服务才能创造价值**

* 客户的满意度是如何形成的
  + - 客户对服务的预期
    - 客户对服务的感知
    - 客户的满意度衡量标准
* 客户全面满意
* 客户忠诚
  + - 忠诚的客户群是持续经营的基础
    - 客户忠诚度的六个维度
    - **自我评价：**我的客户的忠诚度维度是多少？

1. **企业卓越服务的标准是什么**

* 企业服务价值观与愿景

**这部分的目的在于帮助服务人员正确理解服务的内涵与特点，明确什么样的服务才能为公司创造价值，就服务的方式与服务的标准达成共识。**

***第三单元：行动篇，创造完美客户体验***

1. **探究客户的需求**

* 客户的需求从哪里来
  + - 企业的口碑
    - 之前对企业服务的体验
    - 之前对其他公司服务的体验
    - 企业的品牌宣传
    - 客户的价值与背景
    - 服务的环境与客户的生命周期
    - **案例分析：**这个服务项目客户需求源于什么？
* 客户需求的不同层次
  + - **Basic Needs** (基本必需)
    - **Want**（想要）
    - **Desire** （愿望）
    - **The Unexpected** (出乎意料)
    - **小组练习：**分析客户的不同层次需求
* 如何在现场服务中把握客户的不同需求
  + - **案例分析：**以一个实际紧急报修的场景为实例分析客户的不同层次需求

（由讲师收集企业的实际服务案例来进行案例编写）

* 满足客户需求与成本的关系**（SLA）**
  + - 什么是**S.L.A (service level agreement)**
    - **S.L.A**代表公司的承诺和客户的期望
    - **S.L.A**隐含的成本和支出
    - **S.L.A**.：我们日常工作的指南：
    - 如何用**S.L.A.**区分我们和客户之间的职责
    - **小组讨论：SLA**与成本之间的关系

1. **把握客户体验的五个KPI指标**

* 有形度
* 同理度
* 专业度
* 反应度
* 信赖度
* **小组讨论：**客户对企业服务的体验关键是什么？

1. **客户沟通的三大技巧及沟通实战**

* 倾听的技巧
  + - 同理心倾听
    - 兼顾事实与情感（ Fact and Feeling）
    - 掌握倾听技巧
* 发问的技巧
  + - 提问的目的
    - 开放式问题的应用
    - 封闭式问题的应用
* 复述的技巧
  + - 把握完整事实的技巧
    - 达致情感共通的技巧
* **实战演练一：**如何与不同层次的客户沟通
* **实战演练二：**如何与不同类型的客户沟通
* **实战演练三：**如何打开客户的话匣子
* **实战演练四：**如何管理客户的期望值
* **实战演练五：**如何对客户说“NO”

1. **现场服务的技巧与步骤（如何有效处理客户的抱怨）**

* 正确认识客户的抱怨与投拆
* 正确处理客户投诉的原则－先处理情感，再处理事件
  + - 耐心倾听客户的抱怨
    - 想方设法平息抱怨
    - 站在客户立场上将心比心，争取认同
    - 利用认同，打开客户不合作（或抵触）的局面
    - 迅速采取行动，解决客户问题－客户不要空礼盒
* 平息客户抱怨，现场服务的六大步骤
  + - 开场白：消除客户的顾虑
    - 提出问题以获得信息，找出问题的实质
    - 聆听、回应并思考；表示你明白客户的心情、处境
    - 提议其它选择：依次提出多个可以接受的解决方案
    - 反复沟通、达成一致
    - 最后确定：重述方案的细节，以体现专业

这部分的目的在于通过学习分析客户需求的方法，把握客户体验的关键点来达成客户的全面满意，并运用沟通技巧与现场服务的技巧提升客户对我们一线服务的满意度。

***第四单元：课堂内容总结与行动计划***

**1、内容总结与心得分享**

**2、行动计划与改变承诺**

* **小组练习：**一封感谢信

这部分的目的在于通过心得分享与制订行动计划，帮助服务人员在课后有意识的转变行为，从而更好的保证培训效果。

**讲师介绍：**

**王晓慧老师：**

**教育及资格认证：**

* 高级讲师；
* 北京理工大学企业运营管理专业管理学硕士；
* 管理行为密码TM授权讲师；
* MTP、TTT资深实战讲师；
* 高级职业经理人、高级人力资源管理师；

**讲师经历及专长：**

* 王老师曾先后于平安集团、泰康人寿保险公司，阳光保险集团等企业从事专职培训讲师、培训总监、区域营销服务部经理等工作，有丰富的实际工作和培训经验。十几年企业管理兼培训管理经历令王老师对管理人员的所思、所想有着深刻的理解和切身体会，能够使参训人员产生高度的认同感，对参训人员的行为改变效果显着、卓越、快速。
* 王老师擅长的课程有：《客户服务技巧》《客户投诉处理》《优秀管理者的七项修炼》、《卓越管理者的六把金钥匙》《卓越职场人士七个习惯》、《双赢导向的沟通艺术》等系列课程。

**培训客户及培训风格：**

* 王老师授课经验丰富，专业度强，课程框架及思路严密，非常具有逻辑性，丰富的知识面与深入浅出的讲解，培训过程灵活，轻松幽默，培训形式多样，注重与学员的互动与交流，运用案例探讨，有效引导学员思考，启发思维！加上王老师多年的企业管理经验与培训实战经验，令参训人员对知识的理解和技能的掌握更加深刻、透彻。
* 王老师曾培训过多家企业，其中包括：科创达维、时瑞电池厂、上海通用、东风日产、比亚迪汽车、广汇集团、兄弟集团、钨珍电子、广州地铁、招商证券、海能达科技、硕科网版、宝德集团、明源软件、华电集团、百丽鞋业、万润科技、惠康医疗、方胜制品、思微创科技、美涂士集团、汇和集团、北泰电子、邦凯电子、金泰海产、隽扬实业、知音电子、联合证券、长城证券、国泰君安、平安证券、招商银行、建设银行、农业银行、民生银行、星网视易、美迪亚印刷设备、博达信息、山西电力、烟台电力、东风南方、裕隆集团、海汇科技、依琪贸易、乔娜安达服饰、永恒泰物业、凯神商贸、绿宝佳实业、深意鞋业、中国人寿、泰康人寿、阳光人寿、中国平安、世纪人通讯等多家知名企业。

**诺达名师网公开课报名表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 单位名称 | |  | | | | | | | | | |
| **发票抬头** | |  | | | | | **发票内容：**□1、培训费 | | | | |
| 公司地址 | |  | | | | | | | | | |
| 联系人 | |  | | 电话 |  | | | | 手机 | |  |
| 职务 | |  | | **传真** |  | | | | **E-mail** | |  |
| 培训费用： 元 付款方式: □1、转帐 □2、支票 | | | | | | | | | | | |
| **参**  **训**  **学**  **员**  **名**  **单** | **姓 名** | | **课 程 名 称** | | | **课程时间** | | **课程地点** | | **手 机 号 码** | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
|  | |  | | |  | |  | |  | |
| **转 账 户** | **户 名：深圳市诺达实业有限公司**  **账 号：7559 0189 9610 902** | | | | | | | | | | |
| **开户行:招商银行股份有限公司深圳源兴支行** | | | | | | | | | | |

备注：为确保您的名额和及时参加，请提前将《报名表》填好后传真到我司0755-83654710，我们将有专人与您联系确认，并于开课前发出《开课邀请函》。培训时间、地点、住宿等详细信息请以《开课邀请函》书面通知为准，敬请留意。谢谢！详询热线：13955566155(朱老师)

针对此次课程您希望解决哪些问题？（重要指数：★★★★★）

1、

2、

3、

温馨提醒：按问题重要性依次填写（最重要的请写在最前面），以增强培训的针对性，提升培训效果。

地址：深圳市南山区科技园中区科苑路15号科兴科学园B1-402室电话：0755-61608961；传真:0755-83654710