**《客户投诉处理流程与说服技巧》**

**【课程背景】**

移动互联时代是消费者主权时代，他们喜欢主动选择。在获得大量信息的基础上，消费者对企业进行比较分析的能力也越来越强，对供应商的选择和忠诚方面的自主性也越来越大。

移动互联网对企业的战略、市场营销、组织结构和业务流程都有很大影响，改变了企业与客户的传统关系，主要表现为沟通方式、营销方式、信息对称性的改变。如何提升客户的满意度和忠诚度是每家企业面临的课题。世界上没有尽善尽美的商品和服务，这就注定了会有客户的投诉。

随着社会的发展变化日趋加速以及全球信息化程度的提高，世界上每日无不爆发着这样或那样的突发事件。虽然有效的危机管理不一定能彻底避免突发事件的出现，但未必不可减少突发事件带来的损失甚至转为危机，甚至让原本该是天灾人祸的受害者转危为安并从中获利。

因此，现代企业掌握有效的投诉处理和突发事件管理至关重要。

我们的客户是谁？

是我们在选择客户，还是客户在选择我们？

为什么企业要重视客户投诉？

为什么我们要做好客户关系？（这对我们会有什么好处？）

为什么现在得做好突发事件处理？（如果现在不做会有什么后果？）

公司做好客户服务和什么因素有关？

课程也将围绕着这几个方面，提出问题并解决问题，从而达到企业、客户、员工、社会四赢的局面。

**【课程收获】**

了解移动互联网对企业运营管理的冲击

了解移动互联网时代下客户对服务体验以及消费需求的转变

掌握互联网时代下客户投诉的心理需求

知晓突发事件处理的原则，避免激化事件

学员能够熟练运用投诉处理话术，借鉴好的投诉处理技巧

**一、互联网时代下建立全员客户服务的意识**

**1、互联网时代客户体验的特点**

客户体验存在的理分析

客户体验的三个层次：需求满足、方便和愉悦

客户体验与客户满意、忠诚的关系

案例：客户在麦当劳、迪斯尼和星巴克排队有和不同？

**2、互联网时代客户现状分析**

客户维权意识更高

客户声音更容易被世界听到

与客户往来的渠道更多样化

一哄而上

**3、客户投诉的6大关键要素**

产 品：有即时使用和延迟使用

服 务：包括基本服务、额外服务

关 系：加强与客户关系的手段

便 利 性：包括在整个客户周期流程（消费前、中、后）的便利性

品牌形象：包括针对各种市场与目标客户的品牌定位。

价 格：包括评价、规格、高性价比、客户细分定价等。

**4、客户体验欠佳的原因分析**

员工业务知识/技能欠缺

员工处理问题的灵活性欠缺

产品质量问题：系统、计算复杂、收费出错

客户原因：期望值过高、与竞争对手对比、当下心情不好、个性

**解决问题：让学员了解互联网投诉会引发的“蝴蝶效应”，以及企业常常引发客户**

**的具体原因。**

**二、互联网时代客户投诉处理流程**

**1、客户投诉响应的准备工作**

投诉人背景分析

投诉问题分析

投诉级别的划分

投诉响应的速度

**2、互联网时代下客户投诉处理流程**

投诉事件或被投诉人的调查

投诉责任的认定

投诉处理方案的商讨

领导对解决方案的通过与批准

处理方案回复（投诉四个步骤：Plan Do Check Action）

与客户对处理结果确定一致通过

投诉结果跟进与客户满意度后期关怀

投诉问题改善措施拟定通过

改善方案的落实执行投诉管理制度的建立

案例分析：六六大战京东，京东为何一再被动？

录音分析：某银行客户经理如何把一位满意的客户变成愤怒的客户？

**3、客户投诉处理具体五步骤**

接受信息

同理心

分析客户期望值

逻辑表达

总结归纳

**4、化解客户不满的补救程序实战演练**

理解感受

道歉

急切感

道歉

一步到位

**5、处理投诉过程中的大忌**

缺少专业知识

怠慢客户

缺乏耐心，急于打发客户

允诺客户自己做不到的事

急于开脱责任

**解决问题：从投诉流程、制度上解决客户投诉，防止客户就一问题多次投诉。**

**三、投诉说服技巧**

**1、投诉中说服性话题**

主动权与被动权：了解谈判、辩论、说服的本质区别

了解说服底层逻辑

投诉处理中无法让客户满意，就让客户感动

**2、如何对症下药搞定不同的投诉者**

分类是说服不同投诉者的开始

道理只能从顺从，而情感才能投入

掌握客户的隐性期望和显性期望

求心服不求口服

**3、如何让挑刺的投诉者转化成支持**

借助不规则用词转换对方的感受

找到切换思维的语言通路

从对你的评估，到投诉者彻底愿意接受你的不足

**4、增加投诉者的高粘性、高忠诚度**

做好抵御的预防针

提前引爆原则

调整期待原则

**5、打造专业的投诉处理工作人员**

**知名客户服务培训师 李华丽**

**客户服务管理专家** **2016年度中国客户服务中心最佳培训师** **最具影响力的客户服务培训师之一**

**澳大利亚悉尼大学工商管理硕士 国家二级心理咨询师，超过1000小时个案辅导经验**

**第十六届广州亚运会3000多名志愿者(含开闭幕式、演出及交通运输团队的志愿者)服务技巧、礼仪课程培训讲师**

**《客户世界》杂志编委 将多年的客户服务经验进行了整理、汇集成册，由国家级出版社出版《服务战争》一书。**

**课程《打造口碑相传的惊喜服务》的版权所有人**

**工作经历**

拥有多年跨国企业（德国汉高）、著名民营企业（广州立白）和大型国企（中国联通）的管理工作经验，担任过人力资源部经理、总监和全国客户服务培训师。专业知识深厚，有多年企业管理实战经验。

多年客户服务管理工作，在中国联通广州分公司负责过营业厅、客户服务热线和大客户俱乐部、客户投诉等管理工作，掌握和熟悉客户服务体系、管理工作，积累了大量的案例和丰富的管理经验。

**培训经验**

**十年专业培训经验，培训学员超过5万人次。学员非常满意度都是98%以上，重复采购率高，业界口碑佳，被相关机构评选为“最具影响力的客户服务培训师”。**

多次受有影响力的传媒——《羊城晚报》、《新快报》等财智管理沙龙邀请，与读者分享客户服务管理经验与心得。

负责组织、指导、落实中国联通参赛选手参加首届国资委和信产部主办的“中央企业客户服务人员大赛”（参赛选手有六大电信运营商、四大国有银行的客服人员）集训，参赛选手包揽个人前三名，并取得团体第一名的优秀成绩。

2011年11月作为首席辅导老师辅导广州移动参赛选手参加广东省移动举办“谁是亚运英雄”英语竞赛。获得团体第一名及个人第一名的好成绩。

2012年全力辅导重庆移动客服中心选手参加中国总工会和中移动集团举办 “女职工大赛岗位技能大赛”。六位初赛选手有三位进入决赛，三位决赛选手中有两位取得前十名的骄人成绩，且她们被全国总工会授予“全国五一帼国英雄”光荣称号。

2013年分别辅导深圳移动和广州移动参加省公司“手机终端竞赛项目”和“手机达人项目”分别获得第一名的好成绩。

2015年历时三个月的时间辅导深圳移动《投诉客户心理分析与处理技巧》项目，并帮助深圳动移培养5名投诉处理专职讲师。

**核心课程**

**心理学与教练技术在管理中的运用**

**客户心理分析及服务营销技巧**

**打造口碑相传的惊喜服务** 呼叫中心运营管理技巧

**客户投诉心理分析及投诉处理技巧**  营业厅经理运营管理技巧

**培训客户**

**电信行业：**黑龙江省移动、浙江移动（宁波、丽水、杭州）、广西移动（玉林、南宁、崇左）、广东移动（广州、肇庆、深圳、河源、茂名等）、山东省移动、天津移动、江苏移动（吴江、张家港、南京）、宁夏移动、四川移动、青海移动、湖南移动等

中国电信总部、广东电信（东莞、惠州、湛江、珠海、广州、深圳）、江西省电信、广西省电信、江苏省电信、四川电信。

受中国联通学院委派，为中国联通二十余省分公司及多家市分公司进行培训以及金鹏科技、深圳华为、中兴通讯新疆分公司、诺基亚等

**银 行：**

总 行：民生银行总行、中国工商银行总行（共六期）、中国交通银行总行、中国银行总行、中信银行、兴业银行等多家总行。

广东农业银行及下属多家支行、辽宁农业银行（十期）、江西省农业银行（四期）、浙江农行银行及下属多家支行、广州工商银行、深圳招商银行总行及多家省行、光大银行广东分行、华夏银行、深圳发展银行、中国建设银行湖南分行及多家下属支行、广西农信社、长沙银行、中国银行广东分行及下属多家支行。

**证券公司：**华泰证券、财富证券、兴业证券、海通证券、广发证券、中信证券、华林证券、华安证券 中国证券公司核算中心

**医 院：**2009－2011年参与国家卫生部与各省、直辖市妇幼医院合作项目，先后为全国除西藏、青海、新疆三省自治区外三十多家省、市妇幼医院医生及护士培训《客户服务技巧及情绪压力管理技巧》。还先后为珠江医院、江门中医院、中山中医院、深圳中医院、中山大学附属一院、广州儿童医院等。

**快速消费品：**广州浪奇、安利公司、广州立白、惠氏公司、GARDEN食品、乐百氏、BELLE、星期六鞋业、宁波百草堂

**电 商**：京东、唯品会、携程、走秀网、巨人科技、苏宁云商

**高等院校：**华南理工大学MBA、EMBA，暨南大学MBA、EMBA；中大心理系、华南农业大学社工系

**房产地：**保利集团、碧桂园、名盛房地产、华润集团

**其他行业：**中国邮政11185、南方航空95539（数期）、三一重工（评为五星

级培训师）、国家广电总局、中国石化（黄埔石化、岳阳石化）、广汽集团、广州地税局（客服技巧共八期）、顺德地税局、顺德工商局、顺德卫生局等多家企事业单位。

**培训风格**

亲切、自然、随和、幽默的培训风格，结合理论分析和大量的案例分享。