

《制胜法宝—卓越的客户服务策略与技巧》

今天，“我们生活在一个对产品或服务的认识同以前相当不同的时代。从很大程度上说，重要的不是基本的核心产品，而是我们围绕核心产品的整个满意度的组合”。宝洁总裁雷富礼也说过“两个关键时刻”其中第一个关键时刻是当顾客购买产品的时候，第二个关键时刻当顾客购买了产品后。因而，在“服务为王”的时代，如何把握住这两个关键时刻，通过服务胜出、创造价值。

课程目标:

1. 提升客户忠诚度;
2. 有效处理客户投诉;
3. 快速提升客户服务技巧;
4. 有效提升员工服务意识;
5. 避免客户资源流失。

课程内容:

一、企业制胜与关键时刻

- 客户真正想要的是什么?
- 什么是客户的关键时刻
- 企业的生命类型

二、微利时代，客户六大服务策略

- 策略前提：认识客户价值需求
- 价值定位：从通用转向便利定位
- 重点：从标准型转向个性化服务
- 持续化保障：提供增值服务
- 基础：精细化服务让服务无微不至
- 出路：从作坊型走向品牌化运作

三、客户服务要点及原则

- 让客户赏心悦目：服务礼仪三原则
- 尊“从”顾客的原则



- 客户需要的10种待遇
- 每个客户都需要一个价值认定过程
- 如何平衡与客户的价值点与关系
- 既要让客户满意，也要让客户开心

四、客户服务服务中的语言表达技巧

- 语言表达六原则
- 服务中有效地提问技巧
- 服务中有效地说话技巧
- 服务中顾客电话技巧
- 识别身体语言的红绿灯

五、客户服务中倾听技

- 倾听的五个层次
- 有效倾听的技巧

六、满足客户需求及投诉处理技巧

- 满足客户需要的原则
- 同顾客满足其需要的技巧
- 转怒为喜——领先的客户投诉策略

课程对象:

客户销售代表、客户服务人员

课程时间:

一天