

# MOT-客户服务关键时刻

## 课程背景：

MOT (MomentofTruth) 是服务界最具震撼力与影响力的管理概念与行为模式，同时，“关键时刻”也是一系列简单又超级实用的抓住客户、赢得利润的方法，已经成为 IBM、通用汽车、麦当劳、联想集团等世界名企的培训课程，被多家世界 500 强企业尊为培训圣经。正是借助它，斯堪迪纳维亚航空公司（现北欧航空公司、成为服务经济时代的领跑者，摆脱了巨额亏损的困境，创造了奇迹，取得了连续 20 年赢利的骄人成绩。这样的业绩完全得益于斯坎迪维亚航空 公司员工认识到：在一年中，与每一位乘客的接触中，包含了上千万个“MomentofTruth 关键时刻”，如果每一个 MOT 都是正面的，那么，你的客户 就会更加忠诚，为你创造源源不断的利润了。

## 课程收益：

- 提升 mot 管理水平，为企业创造富有价值的正面关键时刻；
- 了解现代客户服务理念，有效提升企业员工的客户服务意识；
- 通过对“关键时刻”的深入理解，掌握企业为客户创造价值的关键时刻；
- 通过对“关键时刻”行为模式的解析和实战演练，有效掌握的客户服务的核心技巧。

**课程时间：**1-2 天，6 小时/天

**课程方式：**课堂讲述、案例分析、头脑风暴、情景演练、短片播放、图片展示

**课程对象：**服务工作人员等

## 课程大纲

### 第一讲：什么是关键时刻？

#### 1. 关键时刻理念的起源

2. 客户真正想要的是什么？
3. 什么是客户真正想要的关键时刻
4. 正面的关键时刻与负面的关键时刻
5. 客户关系战略的成功，是员工行为的成功

## 第二讲：关键时刻 MOT 十大原则

1. 创造顾客比创造利润来得更重要——关键时刻的原则之一
2. 学会用提高营业额代替降低成本——关键时刻的原则之二
3. 领导要少些决策力，多些综合力——关键时刻的原则之三
4. 了解顾客真正需要把握多变市场——关键时刻的原则之四
5. 一线员工比管理团队更了解企业——关键时刻的原则之五
6. 该冒险的时候必须勇敢一“跳”——关键时刻的原则之六
7. “沟通”能提升执行力与利润率——关键时刻的原则之七
8. 要让董事会了解公司的整体战略——关键时刻的原则之八
9. 保持绩效评估和顾客需要的一致性——关键时刻的原则之九
10. 奖励让顾客满意的“自作主张”——关键时刻的原则之十

## 第三讲：MOT 行为模式——探索 Explore

1. 如何管理客户的期望
2. 培养倾听客户的能力
3. 澄清上下游之间的期望
4. 寻找及确认客户的期望
5. 为客户着想与客户利益分析
6. 什么才是真正为客户着想呢？

7. 为客户和公司双赢创造条件！
8. 为什么顾客的期望可能是错误的？
9. 后方为前方服务，前方为后方着想
10. 什么才是健康的内部客户与外部客户的关系

#### **第四讲：必要的影响技巧**

1. 分析客户的期望
2. 聆听的关键技术
3. 面对客户异议如何引导？
4. 挖掘客户需求的提问技术
5. 分析客户在公司内的角色
6. 建立管理客户期望的能力
7. 如何让客户充分感受到你的增值
8. 创建最大限度满足客户期望的方案
9. 如何建立信任，把细微的线索转化为业务机会

#### **第五讲：MOT 行为模式——提议 Offer**

1. 什么是恰当的提议
2. 什么时候不能做提议
3. 客户需求分析与公司支持能力分析
4. 确保你打算处理的是一个双赢的机会

#### **第六讲：MOT 行为模式——行动 Action**

1. 察觉客户的心理期望

2. 如何正确使用和巩固客户关系
3. 5C 原则：帮助你实现承诺的准则
4. 通过发现客户的心理需要为客户增值
5. 把自己的长处和客户的需要联系起来

## **第七讲：MOT 行为模式——确认 Confirm**

1. 画龙点睛的一笔
2. 完整满足客户的期望
3. 让客户把满意说出来

**结语：**你所不知道的“关键时刻”