

《客户服务与客户关系管理》培训大纲

徐志

针对对象

企业一线服务人员；服务主管；和客户直接沟通的各职能员工

课程时长：

1天

主要内容

第一部分 服务创造价值

一、 新经济赢利密码

1. 新时代赢利的三种类型

案例：烧香 APP

2. 新经济下的新服务

二、 服务的概念

1. 概念

2. 服务取胜的企业

案例：胖东来

案例：IBM/德胜洋楼

3. 总结：服务是所有企业要重视的事

三、 服务是为客户创造价值

1. 认识商业价值

案例：泰德煤网

2. 服务的本质

案例：当当网一项糟糕的服务

案例：163 邮箱的好服务

四、 服务不是什么

服务不能简单地认为

1. 服务就是对客户好
2. 服务就是和对方经常接触
3. 服务就是有好的礼仪
4. 好的服务要投入更多的成本

案例：贵州旅游(花溪)

五、 服务的作用

1. 增加利润

“服务溢价”的概念

案例：雅昌艺术网

案例：北京视频幼儿园

2. 创新产品

通过服务创新而创造了一种新的产品形式。

案例：立思辰

3. 创造差异

通过附加在产品中的服务实现差异。

案例：网上卖鞋

4. 改善管理

管理和服务结合；

案例：三川股份

5. 塑造品牌

案例：万科植树

第二部分 卓越服务的五大策略

一、设计商业模式与服务的内在关系

商业模式

服务战略三问

设计商业模式与服务的内在关系

二、创造客户体验

1. 服务是一种经历

体验的概念

体验经济时代

不在乎你做了什么，而是对方感受到什么

2. 激发客户体验的6大技巧

1) 关联客户利益

讨论: 护士带住院病人进病房，应说些什么？

讨论: 美容院美容师应如何打扮？

案例：海尔上门服务

2) 经营关键时刻

丹尼尔·卡恩曼: 峰-终理论

3) 营造情景

将客户的利益情景化, 增加客户的心理体验

4) 调动多种感官

思考：现代影院应如何激发客户体验

案例：如何向客户送生日蛋糕

5) 创造意外

案例：万科四季花城

案例：一个文具盒

6) 优化语言

三、管理客户期望

1. 管理客户期望叙述

2. 管理客户期望的4大技巧

1) 提供事实

案例：某营业厅预存话费送油活动

2) 提供评价标准

通过提供评价标准，影响客户对服务的预期

案例：普特彼软膏(阿斯特拉)

案例：负离子发生器

3) 重新架构事实

ABC理论(阿尔伯特·艾里斯)

案例：上海某银行如何争取客户

把对客户的要求转变为对他的好处

讨论：如何获得客户个人信息

4).指导客户

案例：上海 12580

案例：国际儿童基金会如何“帮助”人们捐款

四、满足客户受控感

1. 客户受控感

受控感: 顾客在消费服务过程中，对当前的环境或事物失去秩序感、

掌控感, 就会感到不自在

案例：深圳罗湖区的指示牌

案例：缴费时来第 2 位客户，怎么办？

2. 满足客户受控感 4 大技巧

1) 提前告知

等待心理学

2) 透明过程

“透明”部分服务生产系统

案例：一次献血经历

案例：银行装修

3) 增加客户自主权

增加客户自主权容易增加客户受控感

案例：美国多伦多休迪斯医院

客户受控感和性格的关系

4) 让客户行动

五、深化客户关系

1. 对客户需求的认识

2. 深化客户关系的4大建议

1) 针对需求的广度

提供基本产品以外的增值服务

案例: 某银行对VIP客户送家政券

2) 针对需求的深度

需求的深层是欲望

创新服务项目

讨论: 理发店可推出什么新服务?

3) 构建博弈性关系

人性的深层：追求快乐，逃避痛苦

用商业手段锁定双方未来的关系

案例：电信运营商预存话费送话费活动

4) 排他性服务

六、应对客户异议

1. 透彻理解我们和客户的关系

如何理解“客户总是对的，绝不要说客户不对”

案例：客户投诉“手机晒摔裂了”

2. 应对客户异议 3 大技巧

1) 先处理心情,再处理事情

案例：投诉录音—为何没话费

把“你-我”状态变为“我们”状态

2) 真诚致歉

如果错在服务方则应真诚致歉

如果错不在服务方，也应表达同理心

3) 结构化应对

第三部分 客户关系管理

一、客户关系管理的概念

1. 对“客户”概念的重新认识
2. 基于“4P + 4C”的关系营销
3. 客户满意的概念
4. 影响客户满意的因素

二、客户关系管理的运作流程

- 1、环境分析因素
- 2、构建理念与目标
- 3、制定策略
- 4、企业流程重建
- 5、系统建立
- 6、分析信息
- 7、知识管理

三、客户关系管理的策略

1. 遵循客户导向构建服务运营体系

客户导向的内涵

案例：10000号咨询案例

2. 对客户进行价值评价

客户资源

客户价值的计算

客户的生命周期

客户的分类

客户维系策略

客户忠诚管理

3. 整合服务资源

四、互联网时代的客户关系管理

五、客户流失和客户挽留

1. 服务中的客户心理分析

2. 客户流失

3. 客户挽留策略