
概述

客户服务对于公司经营的绩效产生很大的影响，根据调查：

- 招募新客户所花费的成本是维护老客户的五倍。
- 平均不满意的客户会把负面体验告诉 10-16 人
- 要花上 12 次好的服务体验才抵消 1 次坏的服务体验
- 94%的客户不会向曾经有负面体验的公司进行购买

为提高客户的满意度，公司投入许多的资金和人力，但往往在最后一里出现问题，也就是服务人员与客户的对话。本课程的设计，就是针对服务人员与客户之间的对话，如何在面对客户的抱怨，找到能够满足客户的方式，获得客户的支持。

一个优秀的客户服务人员必须要展现四种特质：

- 值得信赖：信赖是客服服务的基石，在每个互动，都要能够展现值得信赖的特质。
- 以客为先：从客户的角度出发以了解客户面对的困难，需要解决什么问题。
- 省心省力：一次的互动，就全盘了解客户的需求，将问题处理进行到底。
- 足智多谋：知道要如何从公司及客户处获得不同的资源，以解决客户的问题。

服务人员不是代公司赔罪的工作，而是帮客户解决问题，帮公司创造价值的重要角色。需要同时具备智商、情商、逆商的能力。本课程会带着学员用自己的案例，使用教授的工具及技巧，创造客户满意和价值。

学习流程

在课程中，学员将通过不同形式学习活动，来学习以下课题：（这些活动将包括小组与全体讨论、个人与结队练习等…）

- 明确服务人员的四大特质及影响
- 定义客户服务的关键时刻
- 服务成功的基石是信任，如何有效获得客户的信任
- 见到客户的开启暖场及开场，对服务拜访创造良好的开始
- 透过设计的问句，让客户愿意配合回答并接受引导的提问，创造客户的需求优先级
- 与客户共同发展解决方案
- 预测客户的异议，进行处理
- 以客户为中心地制定后续跟进事项，完成有效的服务拜访

课程收益

在课程结束后，学员将学会以下技巧及收获：

- 设定服务人员的标杆
- 定义关键时刻，掌握客户的期望
- 获得客户信任的技巧
- 见面后，快速热和场面的技巧
- 让客户态度开放的技巧
- 引导客户进入状态，直面问题的技巧

- 了解如何与客户共同讨论，找出解决问题的方式
- 如何管理客户的期望
- 如何进行以客户为中心，进行后续的跟进工作

《引导客户需求的服务沟通技巧》

教学方法	时间分	课程大纲	模块
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 猜猜看 • 小组讨论 	30分	<ul style="list-style-type: none"> • 开场（客户方） • 破冰活动 • 研讨公约 • 课程介绍 • 讨论：学员面临的挑战是什么？ 	课程导入
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 	90分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：让学员了解客户在满足需求是如何做出决定的。这样才能掌握客户的需求，进而满足需求 • 满足客户的定义：帮助客户做出决策与采取行动的过程 • 三种需求的类型：改善、追求、避险 • 购买者的关注点变化：阶段一、二、三 • 满足需要过程管理：满足需求步骤对应决定阶段 • 活动：客户可能拥有的问题 	第一单元 满足需求的决策过程
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 二人角色扮演 	45分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：获得客户的信任是服务成功的重要基础，如何使用正确技巧获得客户就显得非常重要。 • 建立信任的方法：经验、组织、推荐、你 • 聆听技巧：聆听和寻问 • 五种助语的使用 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 让学员熟悉助语的用法 	第二单元 信任圈的建立
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 三人角色扮演 	60分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：一个好的开场可以让后续的服务拜访更为顺利，在这个单元中教导学员如何设定一个清楚和明确的拜访目的。 • 暖场及转场：这是获得客户信任的第一个接触，要精心设计以建立连接 • 开场的步骤：如何有效开场对服务拜访的结果，有直接及关键的影响 • 策略人物：在客户端，有哪些策略性的人物会影响服务的过程？ 	第三单元 暖场开场

<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 三人角色扮演 	165 分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：只是了解客户说的需求，这是不够的！我们还需要知道客户为什么有这个需求，在需求满足后的感觉/价值。更重要的是我们要能够引导客户的需求，到我们的独特能力。 • 问题的类型：开放式及限制式，这是最广为了解，却最难以掌握的技巧，但在引导客户的运用是非常重要的。 • 前导式提问：透过三个简单回答的问题，让客户进入被引导状态 • 引导式提问：开放型、控制型、确认型 • 活动：前导式及引导式提问的脚本设计 • 创见问题解决的价值 • 活动：角色扮演 	第四单元 引导寻问
6 小时 30 分	时长		
第二天			
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 三人小组讨论 	150 分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：在客户挖掘出自己的需求后，服务人员就开始进行展示自己的产品/服务/方案是如何满足客户的需求，展示的时间不能过长，但必须清楚和完整 • 讨论解决方案的时机 • 共同发展解决方案 • 方案的价值 • 活动：角色扮演 	第五单元 发展解决方案
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 三人角色扮演 	180 分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：处理客户的过激行为及管理客户的期望 • 客户可能产生的过激行为类型 • 处理过激行为的技巧 • 管理客户期望的策略及技巧 • 活动：角色扮演 	第六单元 处理过激行为及管理期望
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 三人角色扮演 	60 分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：应该以客户为中心地制定后续跟进事项。让客户为我们在他们的公司内部，推动我们的业务 • 转移到达成总结 • 建立行动计划及跟进进度的共识 • 活动：角色扮演 	第七单元 赢得承诺
6 小时 30 分	时长		
13 小时 0 分	总课时长度		

