

超越客户期望的服务技巧

公开课课纲

培训时间/地点: 2024年8月27~28日(星期二~星期三)/上海

收费标准: ¥4500/人

- 含授课费、证书费、资料费、午餐费、茶点费、会务费、税费
- 不包含学员往返培训场地的交通费用、住宿费用、早餐及晚餐

课程背景:

服务质量管理大师波拉苏拉曼研究发现,客户体验决定着客户满意度的高低。而客户的体验既有来自于公司的产品服务影响,又有来自于客户所接触到的一线人员(包括销售与服务)影响,因此一线员工沟通服务能力的高低就决定了客户体验的优劣。本课程一方面从一线员工的沟通服务能力入手,提供方法与工具予以提升;另一个方面则从制度流程入手,通过workshop来对现有制度流程进行优化。课程内容与形式有两大特点:

- 一、实用接地气:一学就会的技巧与方法,课后即可运用于工作与生活中。
- 二、寓教于乐:通过理论讲解、小组互动、角色扮演和等多种学习形式,在轻松、愉悦的环境中快乐学习并全面提升技能。

课程收益:

1. 认识情商,让客服人员学会觉察自己的情绪,当情绪出现时,能够当下有效调整,成为情绪的主人,创造内心的和谐,用积极乐观的精神面貌面对客户,提升服务形象。
2. 了解客户服务周期,运用流程化的方式来管理服务过程,提升服务水平。
3. 学习新的沟通方式,用同理心倾听与表达与客户沟通,妥善处理客户关系,化解矛盾冲突,提高服务体验。

参训对象:

适合企业中各类客户服务部门:大客户维护、技术服务部门、售后管理,以及销售部门的客户经理等

授课形式:

知识讲解、案例分析讨论、角色演练、小组讨论、互动交流、游戏感悟、头脑风暴、强调学员参与。



课程大纲:

第一部分 认识客户服务

1. 活动：客户肖像画
 - 典型的客户
 - 我喜欢接待的客户
 - 我不愿接待的客户
2. 客户服务的真相
3. 客户服务体验的“利他”标准
 - 准确可靠
 - 能力保障
 - 硬件形象
 - 个性关怀
 - 主动响应

第二部分 客服人员的情绪管理

1. 认识情商
2. 站队活动
3. 咖啡故事
4. 工具：ASTAR
5. 管理自己的期望

第三部分 客户服务能力提升

1. 倾听能力
 - 倾听的障碍
 - 倾听的层次
 - 3F 倾听
2. 提问能力
 - 提问的作用



- 开放式问题与封闭式问题
- 需求澄清的“2W2H”提问技能
- 3. 表达能力
 - 表达原则
 - ◇ 友好
 - ◇ 积极
 - ◇ 协助
 - 陈述技巧
 - ◇ 相关
 - ◇ 简单
 - ◇ 故事

第四部分 客户服务体验周期管理

1. 接触客户
2. 了解需求
3. 达成协议
4. 跟进结果

第五部分 客户服务体验优化

1. 服务的关键时刻
2. KISS 原则
 - KEEP 保持
 - IMPROVE 优化
 - STOP 停止
 - START 开始
3. 活动:KISS 你的服务体验



讲师简介：高老师

- 2020 年度中国培训行业标杆人物 百强讲师
- 上海交大、上海医药职工大学客座教授
- 领导力哲学、企业管理双博士
- VC 投资人、畅销书《沟通的艺术》专著作者
- 中国管理科学研究院专家组成员
- 国家心理咨询师、企业高级培训师、性格测评师

实战经验：

高老师有十多年咨询及培训经验，曾任职多家世界 500 强企业，担任重要管理岗位，为企业打造各类管理体系、制度、流程和方案，并参与组建二所企业大学，为企业持续的人才发展作出重要贡献。多次获得企业特别贡献奖等殊荣。

高老师现作为风险投资人，投资多家不同领域企业（人工智能、软件开发、实验仪器等）并担任主管市场销售及运营管理工作的高管。

高老师亦担任多家企业的管理顾问，参与企业战略决策，为企业提供卓有成效的咨询和培训服务。每年各类公开课及企业内训课授课天数多达 120 天次以上，受到企业的高度认可，课程复购率高达 89%。

授课风格：

- 高老师受到学员关于授课风格点评率最高的词组是“风趣、幽默、深入浅出、真实感十足、实战性强以及深受启发的哲理思维”。
- 高老师的授课过程非常吸引学员的注意力，几乎没有学员产生“睡觉、玩手机、游离于培训之外”的现象，学员能高度参与课程。

高老师主打课程：

- 领导力课程：领导力沙盘模拟课程、领导力进阶课程、教练式领导力课程及根据企业实际情况为企业定制开发的领导力系列课程等；
- 中基层管理能力提升课程：新任管理者课程、中基层管理者提升训练营、管理工具大集训课程、中基层管理者的目标与时间管理课程等；
- 软技能提升课程：DISC 沟通沙盘、沟通技能提升工作坊、情商加速器沙盘模拟课、TTT 系列课程、系



统性问题分析与解决课程、非人力资源经理的人力资源管理课程等；

曾服务企业或机构（部分）：

建筑、房地产：万科地产、龙湖地产、AAI 建筑设计、古北集团、九龙仓地产、中建一局、碧桂园、保利集团、华润置地、绿城集团、宝龙集团、星河地产、新世界地产、凯德置地、和弘地产等；

IT、互联网：阿里巴巴，华为，腾讯，小米、百度，搜狐，TCL，爱立信，联创科技，搜狗等；

银行、保险和金融：深圳发展银行，招商银行，中国银行，平安保险，大地财产保险，南方基金，三井财险，太平洋保险，兴业银行等；

能源化工：中化集团，BP，中广核、中国石化，天赐化工，广汇实业，山东东明化工，新奥集团等；

快速消费品：联合利华，阿迪达斯，耐克，百威啤酒，贝德玛，晨光文具，达能，箭牌等；

医药、医疗器械：国药集团，艾斯康利，拜耳，西门子医疗，凯西只要，先声药业等；

服务业：南方电网、波士顿，东方航空，上海外服，华住，锦江集团，励展博览，上海电气租赁，携程旅行等；

汽车、制造业：奥迪，福特，正泰电器、上汽集团，延锋，东风本田、丰田汽车、NGK、科士达、倍耐力，固特异，艾德玛，贝尔卡特，海斯特-耶鲁集团，曼恩，ABB 等；

