



情境服务®

企业痛点

培养忠诚的顾客是任何组织在现今的市场环境下面临的最大的挑战。根据多年市场研究，服务提供者只有提供超越顾客期望值的服务，最终才能提高顾客满意度并留住顾客。这样的服务不仅包含优质的产品、合理的价格，更要求每一名服务提供者在与顾客进行一对一互动的过程中，采取与顾客需求相对应的服务行为。

解决思路

情境系列课程的有效性被近 50 年的大量研究所证实，来自全球 35 多个国家的 1500 多万名职业经理人都曾经参与培训；情境服务®则是有效用于服务提供者达成或超越服务标准。通过应用这一强大的影响力模型，情境服务®的学员将学习与顾客的互动过程中如何采取有效行动，以提供超越顾客期待值的服务。服务的方式多种多样，关键是了解在何种情境下，根据用户的需求，选择相匹配的服务风格。

情境服务®适用于在日常工作中需要与顾客进行一对一互动的任何层级的人士，无论您是初级的顾客服务代表，或者是专业的服务顾问。

惊喜的服务

优秀的服务

基本的服务

课程大纲

情境服务®是一门模块化设计的课程，学员既可以在一次课程当中整体的学习概念和技能，也可以选择其中任何一个模块进行有针对性地学习。

模块一 客户忠诚度

- 客户认可的服务循环圈
- 什么是服务利润链
- 服务人员的角色
- 影响客户的行为有哪些
- 攀登服务高峰——创造客户忠诚
-

模块二 客户的状态（准备度）

- 客户准备度——顾客对产品及服务了解程度及满意程度的分析
- 客户准备度的定义与分类
- 不同准备度的行为特质
- 客户准备度的评估与判断
- 案例分析与研讨
-

模块三 服务风格

- 支持行为与指导行为
- 服务风格的分析
- 不同服务风格的行为表现
- 有效/无效的服务风格
- 个人服务风格的评估（自我评估）
- 案例分析与研讨

模块四 情境服务®模型

- 服务风格与客户状态的有效匹配
- 情境服务®模型概述
- 情境服务®模型的应用
- 服务风格反馈

模块五 客户关系的发展与修复

- 不同准备度客户衰退的原因
- 分析不同类型和准备度客户的潜在修复机会
- 不同客户的服务修复的措施
- 不同服务模式的发展与修复
- 制定行动计划

课程收益

- ☑ 随时关注到客户对服务的满意度和期望
- ☑ 关注客户的需求，为客户创造新价值
- ☑ 维持高的客户满意度和提高他们的忠诚度
- ☑ 发展和增加服务人员与客户互相影响的关系
- ☑ 阻止客户满意度的下降，修复与顾客的关系，阻止客户的流失
- ☑ 改进单方面简单的服务模式，扩大服务的范围与有效性，影响你的客户
- ☑ 增加熟悉的满意客户，促成再次合作

课程特色

- ☑ 情境服务®是一个互动性强的，适用于所有服务人员的，匹配大量学习视频的课程，帮助我们管理内外部客户的接触点。
- ☑ 情境服务®聚焦在帮助服务人员诊断并响应客户的需求的方法，通过培训服务人员同样的诊断技巧，从而使得情境领导®（当今在商业中最伟大的影响力模型）应用在服务工作领域，
- ☑ 您将提高每一个客户沟通和服务/成交质量和可预测性。
- ☑ 课程中以实际的工作场景切入，以客户为导向，直接解决实际问题。
- ☑ 课程目标与组织一线服务人员的工作目标相一致。
- ☑ 为企业提供了在与顾客互动时的全新视角。

学员感言

某大型通讯设备制造商

对服务创新与客户体验有了新的认识，从每一个老师抛出的问题点着手考虑，会发现许多平时工作中没有注意的细节，或者说是工作中发现的问题想要去解决却无从下手的难题，学习后觉得思路清晰，改进的方向也更加明确化了。

某全球跨国制药公司

更深入了解体验服务的过程、注意事项、各服务环节的重点，去日常工作中找到落实的着手点。

某知名电子元器件企业

学习了“情境服务®”模型，在与客户进行一对一交互的过程中，可以判断客户的准备情况，并采用与客户需求相应的服务行为。

课程时间

课时：2 天（14 小时）

课程对象

客户服务代表、客户服务顾问、需要一对一服务客户的相关人员

培训形式

内部培训（20-25 人）、讲师训、工作坊、定制项目