

培训师资源库系列丛书



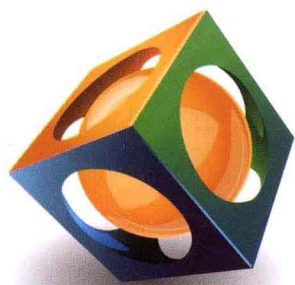
发“18698”到
106900292251
成为世纪畅优会员,可阅读更多图
书,获得增值在线课程(教学资源)。

25 REPRODUCIBLE ACTIVITIES FOR CUSTOMER SERVICE EXCELLENCE

优质客户服务培训的 25种活动

(美)彼得·R·加伯 (Peter R. Garber) 著

迟璇 徐维婕 译



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

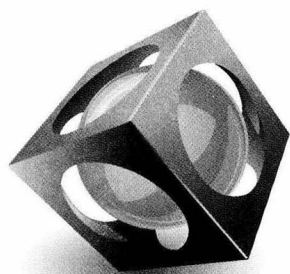
<http://www.phei.com.cn>

培训师资源库系列丛书

25 REPRODUCIBLE
ACTIVITIES FOR CUSTOMER
SERVICE EXCELLENCE

优质客户服务培训的
25种活动

(美) 彼得·R·加伯 (Peter R. Garber) 著
迟璇 徐维婕 译



電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Peter R. Garber: 25 Reproducible Activities for Customer Service Excellence

Copyright © 2005, HRD Press, Inc.

This translation is published by arrangement with HRD Press, Inc.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字版由 HRD Press, Inc. 授权电子工业出版社独家出版发行。未经书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2012-6601

图书在版编目(CIP)数据

优质客户服务培训的 25 种活动 / (美) 加伯 (Garber, P.R.) 著; 迟璇, 徐维婕译. —北京: 电子工业出版社, 2012.11

(培训师资源库系列丛书)

书名原文: 25 Reproducible Activities for Customer Service Excellence

ISBN 978-7-121-18698-1

I. ①优… II. ①加… ②迟… ③徐… III. ①企业管理—销售管理—商业服务 IV. ① F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 239942 号

责任编辑: 晋 晶

文字编辑: 吴亚芬

印 刷: 三河市鑫金马印装有限公司

装 订: 三河市鑫金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 720×1000 1/16 印张: 13 字数: 87 千字

印 次: 2012 年 11 月第 1 次印刷

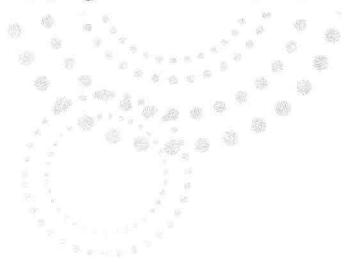
定 价: 39.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前言



客户是所有企业的命脉，因此能够为客户提供卓越的服务，对企业来说极为重要。组织中的每个人都要把保持良好的客户满意度作为目标。想想看，当你自己是客户时，你的感觉如何？当你花费自己辛苦赚来的钱，却遭遇非常劣质的客户服务时，你会有什么感觉？你会继续和不明白你需求的公司进行业务往来吗？或者更糟的是，你会和对你的真正需求毫不在乎的公司做业务吗？当然不会。同样，就像你对服务质量有所期望一样，你要服务的客户也希望能够得到高质量的服务。

管理客户服务质量的过程告诉我们，满足客户的要求是至关重要的。客户至少应该得到优良的服务。在努力满足客户要求方面需要强调的是，及时且每次都要做到 100% 满意。客户服务标准的降低是绝不能接受的。

本书中所载活动可重复运用，我们设计这些活动的

目的是帮助你和你的组织更有效地向你的客户提供优质的服务。这些活动涵盖了非常多的主题，主要包括以下 5 个不同的方面：

- 沟通
- 电话的力量
- 客户服务技巧
- 客户服务策略
- 收到效果

在这 25 种活动中，还包括各种练习、问卷调查、测验、案例、角色扮演、技术、哲学、人物的刻画、典型、评估、策略、调查、矩阵和其他工具，以帮助你提高客户服务技能。

我们希望这些活动可以帮助你为你的客户提供最好的服务。

培训师技巧



本部分内容是为你提供一些引导的指导方针和建议，帮助你更轻松地进行一系列的练习。在你阅读全书之前，你可以先阅读本部分内容。要记住，作为引导者，你的引导技能在很大程度上决定了引导过程是否能够成功。下面是一些可以让你简单驾驭的技巧和提示。

1. 承诺

准备阶段的第一步是，确保高层管理人员对此培训计划是全力支持的。管理人员必须为培训打好基调，他们要满腔热情地表达他们对于此次培训的立场，即此次培训计划是他们需要并热切渴盼的。没有这种来自高层的认可，基层人员的接受和合作就不是全心全意的而是敷衍了事的。

2. 时间

在本书的系列练习中，大多数练习的设计可以在15~30分钟内完成。你可以通过减少活动介绍和反思的时间，自己控制分配给每种活动的时间。

3. 后勤安排

(1) 培训会议的场地。在公司内部开展培训可以节省资金和交通时间。但是，在工厂或办公室开展培训会
导致混乱，例如，有人被叫出去接听电话或处理事情。同时也要考虑公司内部场地的设施是否能够满足学习的要求，例如，是否干净、整洁和舒适？是否可以提供你需要的音频和视频设备？如果没有，那么可能要安排其他的场地了。你可以选择支出一笔租赁费，租用小型的宾馆或酒店的会议室，那会更舒适。当然，你可能也有其他合适的选择，以上仅供参考。

(2) 会议室。无论你在哪里开展培训，你都要确保会议室符合要求：大小要足够容纳所有人，有良好的通风和空调系统，照明情况良好。同时，要确保会议室周边没有会分散人们注意力的噪声源。

(3) 会议室布置。你需要为所有参与者和培训师准备桌椅。如果你打算请参与者分成小组参与活动，那么你要为每个小组安排独立的桌子。同样，如果提供茶点，你还需要茶歇的桌子。

(4) 设备和用品。确保有所有需要的资源和材料，

包括每位参与者在培训中都要用的铅笔和纸。针对关键学习点事先做好培训的 PowerPoint 演示文稿也会很有帮助。你还需要演示文稿的计算机和必要的设备。大部分会议也会用到简报架或白板。

4. 培训方法

以下是对一些培训方法分门别类的介绍。你也可以在一次培训活动中同时采用几种方法的结合。

(1) 演讲。演讲是非常普遍的培训方法，是演讲者对参与者单向的演示。优点是对沟通过程的高度控制，因为这一沟通过程完全是单向的、从上到下的。

然而，这种单向的沟通也有一定的缺点；你接到的反馈会很少，即使有，这种来自团队和过程中的反馈从性质上来说，也不是参与式的。请注意有节制地使用演讲的方式。因为从团队的角度来看，演讲是种无聊的方法。

(2) 短讲。和演讲类似，但是很短；通常进行 5~10 分钟。短讲和其他培训方法相结合的方式是最有效的。

(3) 小组讨论。可以让参与者积极参与，是非常好的培训方法。培训师的角色基本是催化剂的作用，介绍主题、提出让小组参与的问题、保持小组的讨论不偏离轨道，并且定期对小组的结论进行总结和评估。小组讨论与短讲方式相结合将是非常有效的培训方法组合。

(4) 角色扮演。角色扮演是一种行之有效的方法，

通过角色扮演，参与者可以对自己学习的技能进行实践。在角色扮演时，每个人都分配到一个角色（可以是已经准备好的角色，也可以是请他们自由发挥的角色），然后通过场景描述，提供角色可以发挥的信息，以及所有与本节学习相关的话题。一般角色扮演需要两个人搭档，一个扮演员工，另一个扮演管理者。

角色扮演的参与者要把他们观察到的情况演出来。演出结束后进行简短的总结（通常需要5~10分钟），所有人一起来对表演者所表现出的技能进行评判。

当你要展示某种技能来改进学习的过程时，角色扮演特别有用。此外，如果话题是绩效考核和员工辅导技巧，则非常适合采用角色扮演的方法。

（5）小组活动。当你想要参加者携手合作，做出决定或解决问题时，小组活动这种方法非常有用。首先，你可以把大家分成小组，每组4~6人，每个小组有自己的桌子。其次，你把问题或情况分配到各组，让他们集体讨论、分析，并最终解决。再次，你请每个小组任命一位发言人来报告小组的调查结果，并对解决问题或决策的过程进行讨论。最后，小组的其他人要一起来评判小组的工作。

对小组活动来说，小组的规模是有一定限制的。每个小组不应该少于4人，除非你故意要出现两两对立，或者三方对立（每组2人或3人）的局面。少于4人的

小组很容易被一个人或两个人主导。

此外，小组的人数不能超过 10 人或 12 人。人数过多的小组往往会降低参与度；简单地说，就是小组太庞大，做不到让所有成员都积极参与。

简介



在每个练习的开始，我们设计了简短的概要部分，为你提供活动的简要介绍。接着是演示文稿部分，为你提供行之有效的活动管理建议。如果你是一位经验丰富的培训师或引导者，你可以选择根据你个人的教学风格来进行介绍。但如果你是新手，那么接下来的演示指导会对你有所帮助。

任何活动都有开场的标准方式。下面是用标准方式开场介绍的一些指导，你可以参考，同时也可以参考**培训师技巧**部分。

（1）在开始活动之前，从头到尾阅读练习的材料，包括所有的讲义。确保你了解关于管理活动的所有原则，以及所有相关的技巧概念。

（2）在开始活动之前，明确你进行活动的目标，以及你希望团队掌握的具体学习目标。简要介绍活动的概

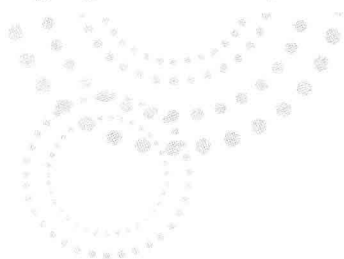
念，但不要透露只需要部分参与者知道的细节。

(3) 把练习活动和你要开展的整体培训模块联系起来，并解释这是学习过程中的一部分。解释体验式学习的含义，并告诉小组成员，游戏式的模拟练习和角色扮演会促进学习。做这样的解释是必要的，因为有时参与者会好奇：为什么“游戏”部分也是教学计划的一部分？

(4) **可选项：**如果你要对非常大型的团队进行会议引导，你可能要请一到两位引导者来与你合作，帮你在练习的过程中进行观察，并记录个人和团队的行为。

(5) **可选项：**有时练习的最好策略是在开始时不做任何解释，只对练习进行管理，然后在体验式的学习发生后，进行以上(2)和(3)条。如果你希望某些要点产生戏剧性的效果，这种“电击疗法”(Shock Treatment)是非常有用的。

目 录



第 1 部分 沟通 1

1 客户的第一印象	3
讲义 1.1 沟通信息的接收	5
讲义 1.2 这究竟是什么意思	7
2 客户模式	9
讲义 2.1 客户模式	13
讲义 2.2 客户为什么不回应	15
3 倾听客户	17
讲义 3.1 客服听力测试 1	19
讲义 3.2 客服听力测试 2	23
讲义 3.3 客服听力测试答案	27
4 再说一遍	29
讲义 4.1 “我能为您做些什么？”	31
5 找到客户	33

讲义 5.1 找到客户	35
6 谣言四起	37
讲义 6.1 谣言四起	39
7 学习倾听	41
讲义 7.1 你能听到多少字	43
讲义 7.2 更好倾听客户的 7 个步骤	45
讲义 7.3 客户的要求	47

第 2 部分 电话的力量 49

8 来电问候	51
讲义 8.1 电话沟通	53
讲义 8.2 来电问候	55
讲义 8.3 录制更好的来电问候	57
9 电话追逐游戏	59
讲义 9.1 电话追逐游戏	61
讲义 9.2 电话追逐游戏策略	63
10 电话留言	65
讲义 10.1 电话留言技巧	67
11 电话倾听	69
讲义 11.1 电话沟通	75
讲义 11.2 客户角色扮演	77
12 电话技巧	79
讲义 12.1 提高电话效能的 14 种方式	81

第3部分 客户服务技巧 83

- 13 客户的反映**..... 85
- 讲义 13.1 反映性沟通技巧..... 87
- 14 成功客户服务的特点**..... 89
- 讲义 14.1 成功客户服务的十大特点..... 91
- 讲义 14.2 客户服务特点的自我评估..... 93
- 15 五步教你提高客户服务质量**..... 95
- 讲义 15.1 五步教你提高客户服务质量..... 97
- 讲义 15.2 制定你的客户服务计划..... 99
- 16 客户服务的弊病**..... 101
- 讲义 16.1 客户服务的弊病..... 103
- 17 买家性格类型**..... 107
- 讲义 17.1 不同买家的性格特点..... 109

第4部分 客户服务策略 113

- 18 谁是客户**..... 115
- 讲义 18.1 客户是谁..... 117
- 讲义 18.2 客户类型..... 119
- 19 客户投诉**..... 121
- 讲义 19.1 处理客户投诉..... 123
- 讲义 19.2 客户投诉调查表..... 125
- 讲义 19.3 客户投诉处理方案..... 127
- 20 客服人员的性格类型**..... 129

讲义 20.1	四种客服人员的性格类型	139
讲义 20.2	客服人员的性格类型矩阵个性特征	141
讲义 20.3	客服人员的性格类型	143
讲义 20.4	客户服务分析得分	147
21	客户服务字母表	149
讲义 21.1	客户服务字母表	151
讲义 21.2	你的客户服务字母表	153
第 5 部分 收到效果		155
22	自我实现的预言	157
讲义 22.1	自我实现的预言	161
23	文字游戏	163
讲义 23.1	正面词汇	165
讲义 23.2	负面词汇	167
24	与客户间的输和赢	169
讲义 24.1	与客户的输和赢	173
25	购买决策	175
讲义 25.1	介绍与问候	177
讲义 25.2	说服客户“试一试”	179
讲义 25.3	对不对	181
讲义 25.4	理智与情感	183
讲义 25.5	多重选择	185
讲义 25.6	积极的假设	187
讲义 25.7	正反两方	189



第 1 部分

沟 通