

普
华
经
营

正略钧策
ADFAITH

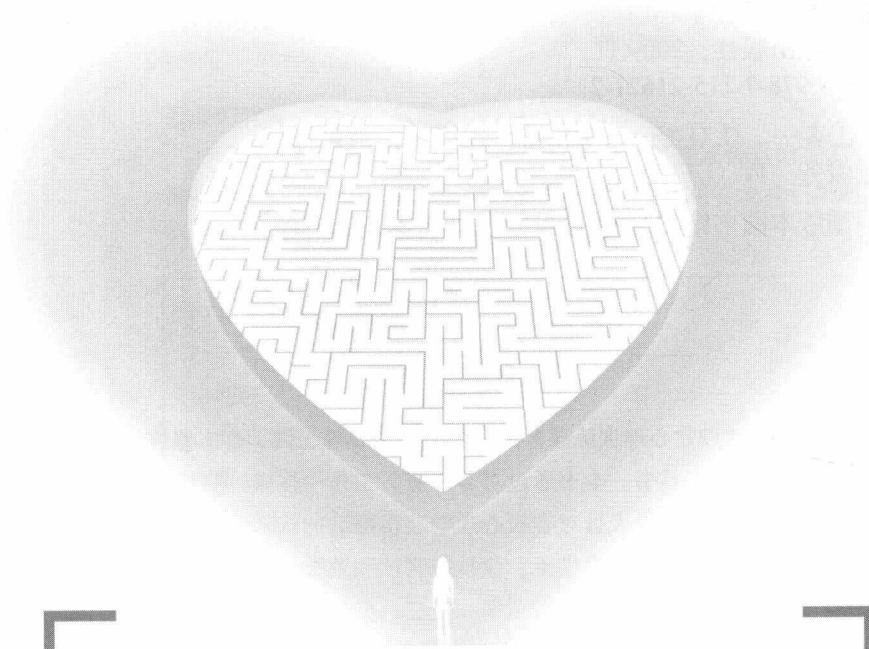


「客服高手」 的12堂心理训练课

■ 杨智斌 编著

洞察客户行为背后的心理密码，掌握瞬间打动对方的心理沟通术
演练与客户交朋友的实战技巧，实施先建关系后卖产品的客服策略

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



「客服高手」 的12堂心理训练课

杨智斌 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

客服高手的12堂心理训练课 / 杨智斌编著. —北京:
人民邮电出版社, 2009.11
ISBN 978-7-115-21621-2

I. ①客… II. ①杨… III. ①企业管理: 销售管理—
商业服务 IV. ①F274

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第182805号

内 容 提 要

《客服高手的12堂心理训练课》是一本结合了心理工具、心态修练、客服技巧以及实战话术的实用工具书。本书通过对客户服务工作中体察、移情、反馈、共鸣等心理策略的分析,让客服人员对客服心理学获得准确的认知,充分了解客户行为背后的心理密码;同时本书还提供了专业技能测试和关键技能训练,让读者轻松改善对相关知识点的掌握情况,从而做到举一反三,灵活运用。通过阅读本书,读者可快速提升心理学应用能力,切实提高自身客服工作的绩效。

本书适合专业客户服务人员和客服培训人员等阅读。

客服高手的12堂心理训练课

◆ 编 著 杨智斌

责任编辑 张国良

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700 × 1000 1/16

印张: 13

2009年11月第1版

字数: 150千字

2009年11月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-21621-2

定 价: 28.00元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

前言

PREFACE



客户服务工作的目的在于恰当地满足客户的需求，使客户满意，提升客户忠诚度。然而在实际客服工作中，不少客服人员只是机械地按照客户服务标准提供程序化的客户服务，忽视了客户的心理感受，因而很难做到让客户满意。其实，客户很多时候只是期望得到一些真诚的倾听或心理安慰，但由于我们的客服人员不能准确地洞察客户的心理，因而不能够提供客户需要的服务，以至于企业不得不投入更大的服务成本以维持双方的业务关系，这对企业来说是一种巨大的隐形浪费。同时大量的冲突和矛盾对于客服人员的心理健康也极为不利，致使许多客服人员产生自卑、悲观等负面情绪，从而影响客服工作的进一步展开。

为此，笔者以及笔者的顾问团队专门为客户服务工作培训量身定制了《客服高手的12堂心理训练课》，从心理学的角度，对客服工作内容和技巧进行总结与提高，目的在于通过行之有效的学习与训练，让客服人员心理素质迅速提高，更适应客服工作，也能够因时制宜地运用客户服务技巧，构建和谐的客户关系。

本书内容以12堂课的形式展现，包括了如何强化客服人员的外在形象、内在服务气质，以及与客户交往中的各种心理策略等。为方便读者阅读，这里对本书内容做简要介绍。

● “3+1”的课程结构

本书每一独立单元的训练课基本遵循“3+1”的课程结构，即针对每一主题在原则上布置三个知识要点和一堂实战训练课。

每个知识要点按照心理学的科学原理深入展开，通过理论、技巧、方法等多角度的知识与技能训练，让读者充分了解客户行为背后的心理

密码，有效地与客户交往，切实提高自身的服务质量。课程最后的专业技能测试和情景课的关键技能训练，让读者轻松改善对相关知识点的掌握情况，从而做到举一反三，灵活运用。

● 基于心理学的话术和行为技巧

本书将客户服务工作中客户的常见行为、心理反应一一指出，同时以满足客户心理需求为出发点，以最实用的心理学原理对解决方案加以解读，提供了以话术、行为指导为基础的服务技巧。

在客户服务工作中，各个服务环节是环环相扣的。本书将各个环节分解开来，以课堂的形式进行强化训练，使读者可以看清客户服务过程中的各个细小环节，并有针对性地加以训练，以提高自身的客户服务能力。

● 遵循心理学原理，灵活运用会更加有效

任何书都不可能全面地总结未来工作中面临的所有问题，本书也不例外。我们之所以更注重心理层面的指导和训练，并强调它的实用性，旨在向读者传达学以致用、灵活变通的工作思维。掌握了与客户交往中的心理学原理后，许多应变技巧自然水到渠成，读者也就可以轻松赢得客户的信任了。

谁能最恰当地满足客户的需求，谁就能让客户获得最大的满意度。希望本书能为您的客户服务工作提供帮助，使您不断完善和超越自我，让您的客户服务工作如鱼得水。

在本书的编写过程中，姜上泉、林海、刘耿、齐忠玉、沈方楠、杨兴文、杨玉柱、孙海芳、陈凌云、孙健、戴宇剑、洪少生、孙丽、冯彬、吴发明、杨靖、孙东风、陈凌飞、孙科柳、曾建英、宋莹莹、李春燕、石强、郑悠然、张强强、杨海燕、陈晖等人为本书收集、整理资料并参与部分文字的编写和校正。在此，笔者对以上人员给予的鼎力支持表示衷心的感谢！

编读互动信息卡

感谢您购买本书。请您详细填写本卡并邮寄或传真给我们(复印有效),以便我们能够为您提供更多的最新图书信息。您还可在向我们邮购图书时获得免付图书邮寄费的优惠。

☐书店(省/区 市 县 书店)

☒商场(省/区 市 县 商场)

☐网站(网址是 _____)

☐邮购(我是向 _____ 邮购的)

☐其他(请注明方式: _____)

○本书摆放在书店显著位置	○封面推荐	○书名
○作者及出版社	○封面设计及版式	○媒体书评
○前言	○内容	○价格
○其他（		）

1.《 》 2.《 》
3.《 》 4.《 》

姓名	出生年月	文化程度
单位	职 务	联系电话
地址		
邮编	电子邮箱	

北京普华文化发展有限公司

编辑信箱: puhuabook826@126.com

目 录

contents

客服高手的12堂心理训练课
KEFUGAOSHOU 12 XINLIXUNLIANKE



第1堂课	给客户良好的印象	1
要点一：	给客户完美的第一印象	1
理论篇：	用第一印象为自己加分	1
技巧篇：	塑造良好第一印象的两大技巧	2
方法篇：	扭转客户不良第一印象的方法	5
要点二：	每次都给客户留下好印象	7
理论篇：	有效接触还需注重细节	7
技巧篇：	成功与客户交往的三大技巧	8
方法篇：	巧妙维护良好印象的方法	9
要点三：	杜绝和消除我们的消极印象	10
理论篇：	10个好印象抵不过1个坏印象	10
技巧篇：	预防客户产生负面印象的九大技巧	12
方法篇：	巧妙消除已造成的负面印象	13
印象管理实战训练方案		14
测试——	你的印象塑造能力	14
训练——	印象管理的演练计划	16

第2堂课 传递热情的服务态度 19

要点一：热情是吸引客户的法宝	19
理论篇：热情到位，服务才能到位	19
技巧篇：以软化的肢体语言表达热情	21
方法篇：温暖人心的声音	23
要点二：主动服务也是一种热情	24
理论篇：主动的人更热情	24
技巧篇：培养主动意识的三大技巧	25
方法篇：行为主动的三个方法	27
要点三：适度的热情才能让客户舒服	28
理论篇：适度热情更容易让人接受	28
技巧篇：给不同客户以不同程度的热情	29
方法篇：保持热情适度的五种方法	30
热情传递的实战训练方案	32
测试——你的热情度	32
训练——热情传递的演练计划	34

第3堂课 善用倾听打开客户的心 37

要点一：集中注意力，了解客户的想法	37
理论篇：主导客户的注意力	37
技巧篇：保持持续注意力的五个技巧	38
方法篇：集中注意力的七个方法	40
要点二：排除干扰信息，准确倾听	42
理论篇：排除遮蔽才能获取准确信息	42
技巧篇：排除外在干扰的两种技巧	43
方法篇：避免内在干扰的三种方法	44

要点三：静静地倾听也是一种服务	45
理论篇：缄默中倾听客户的声音	45
技巧篇：随时关注客户的行为反应	46
方法篇：巧妙接收有用的客户信息	49
倾听的实战训练方案	51
测试——你的倾听能力	51
训练——倾听能力的演练计划	53

第4课 **体察客户的心理感受** **57**

要点一：设身处地地想客户所想	57
理论篇：有共情，才能有理解	57
技巧篇：实现共情的行为和语言技巧	58
方法篇：共情的三种反应方法	60
要点二：理解客户不等于认同客户	62
理论篇：要移情，但不要失去立场	62
技巧篇：情绪控制的两大技巧	63
方法篇：移情控制的四种方法	64
要点三：全面体察客户的心理	65
理论篇：乔哈里窗的沟通模型	65
技巧篇：了解客户心理的公开区	67
方法篇：探究客户心理的非公开区	67
体察客户感受实战训练方案	70
测试——你的体察能力	71
训练——体察能力的演练计划	72

第5堂课 **安抚客户的不满情绪** 75

要点一：引导客户发泄不满	75
理论篇：用发泄避免冲突	75
技巧篇：让客户将不满全盘倒出	76
方法篇：面对客户不满的心态调节	78
要点二：让客户感受到被尊重	79
理论篇：客户有被尊重的需求	79
技巧篇：让客户感受到我们的尊重	80
方法篇：道歉也是对客户的尊重	81
要点三：温和地安抚客户的情绪	83
理论篇：不动声色地安抚客户	83
技巧篇：营造适宜安抚的气氛	84
方法篇：有效的举动给客户带来安慰	86
安抚客户实战训练方案	87
测试——你的安抚能力	87
训练——安抚能力的演练计划	88

第6堂课 **及时有效地进行反馈** 91

要点一：给予客户及时、需要的反馈	91
理论篇：反馈是成功沟通的通途	91
技巧篇：适度肯定客户的观点	93
方法篇：委婉提出反对意见	94
要点二：将反馈适当延迟	96
理论篇：适时冷却，缓解分歧	96
技巧篇：延迟反馈的三种技巧	97
方法篇：化解客户的冲动	98

要点三：有效规避反馈不当	100
理论篇：过于投入也容易犯错	100
技巧篇：抓住反馈的重点	101
方法篇：实行见好就收的反馈	102
客户反馈实战训练方案	103
测试——你的反馈能力	103
训练——反馈能力的演练计划	105

第7堂课 影响客户的内在信念 107

要点一：唤起客户的好奇心	107
理论篇：好奇心激发吸引力	107
技巧篇：唤起客户好奇心的技巧	108
方法篇：激发客户好奇的三种方法	109
要点二：让客户觉得我们是“一伙的”	111
理论篇：因相似而相惜	111
技巧篇：发掘客户的兴趣点	112
方法篇：投客户所好，让客户接纳	113
要点三：用暗示诱导积极情感反应	114
理论篇：暗示产生化学反应	114
技巧篇：创造有效的暗示情境	115
方法篇：心理暗示的三种方法	117
要点四：用有条理的表达影响客户思想	118
理论篇：神奇的 7 ± 2 法则	118
技巧篇：让复杂的谈话简单化	120
方法篇：提高语言条理性的方法	121
影响客户信念实战训练方案	122
测试——你的客户信念影响力	122
训练——影响客户信念的演练计划	124

第8堂课 **赢得客户的心理认同** 127

要点一：创造产生认同感的沟通情境	127
理论篇：创造“情境同一性”	127
技巧篇：取得“情境同一”的四大技巧	128
方法篇：为“情境同一”添加助力	129
要点二：以让步获得客户认同	131
理论篇：微小让步取得更大认可	131
技巧篇：让步的五大技巧	132
方法篇：让步的四种方法	133
要点三：用互惠诱导认同	134
理论篇：在互惠条件下产生认同	134
技巧篇：创造实施互惠的条件	135
方法篇：实现互惠的三种方法	136
赢得客户认同实战训练方案	138
测试——你的客户认同度	138
训练——客户认同的演练计划	139

第9堂课 **有效管理客户的期望值** 141

要点一：履行对客户承诺	141
理论篇：满足客户的心理预期	141
技巧篇：了解客户心理预期的途径	142
方法篇：满足客户心理预期的方法	143
要点二：给客户制造意外的惊喜	144
理论篇：打破客户的心理定势	144
技巧篇：给客户更多的惊喜体验	145
方法篇：拒绝客户的不合理要求	146
要点三 适当降低客户的期望	147
理论篇：巧用冷热水效应	148

技巧篇：冷热适宜，才能一举两得	148
方法篇：降低客户期望值的方法	150
客户期望管理实战训练方案	151
测试——你的客户期望管理能力	151
训练——客户期望管理演练计划	152

第10堂课 **给予客户持续的关怀体验** 155

要点一：让客户感受到关怀	155
理论篇：客户需要关怀	155
技巧篇：掌控客户关怀的适宜时机	156
方法篇：把握客户关怀的四种方法	157
要点二：客户关怀不可超限	158
理论篇：关怀要有限度	158
技巧篇：控制表达关怀的可接受度	159
方法篇：关怀的频率和表达时的距离要适度	160
要点三：设计不同的关怀体验	160
理论篇：关怀体验也讲究特色	161
技巧篇：实现客户关怀的个性化	162
方法篇：为客户量身定制关怀	162
客户关怀实战训练方案	163
测试——你的客户关怀能力	164
训练——客户关怀演练计划	165

第11堂课 **化解工作中的心理压力** 167

要点一：摆脱绝望的工作体验	167
理论篇：逃出绝望的藩篱	167
技巧篇：承认绝望才能摆脱绝望	168
方法篇：习得性无助的应对方法	169

要点二：化解不适的压力	170
理论篇：认识压力的利与弊	171
技巧篇：化解过度压力的技巧	171
方法篇：压力环境下不断成长	172
要点三：补救和防范工作失误	174
理论篇：从容面对失误	174
技巧篇：及时补救工作失误	175
方法篇：积极防范失误的发生	176
压力化解实战训练方案	177
测试——你的心理抗压能力	177
训练——化解心理压力演练计划	179

第12堂课 保持自信、乐观的心态 181

要点一：对自己保持信心	181
理论篇：自信有赖于积极自我暗示	181
技巧篇：把握自信的自我暗示技巧	182
方法篇：避免消极暗示对自信的削弱	184
要点二：呈现积极、乐观的工作态度	184
理论篇：乐观态度带来可乐效果	184
技巧篇：培养积极、乐观的心态	185
方法篇：抛弃悲观的工作态度	186
要点三：时刻保持好心情	188
理论篇：服务需要好心情	188
技巧篇：让好心情成为一种习惯	188
方法篇：给坏心情一个宣泄渠道	190
心态调节实战训练方案	191
测试——你当前的心态	191
训练——心态调节演练计划	193

第 / 堂课

给客户良好的印象

良好印象是一种无形资产，是客服人员展现职业风范、取得客户信任的关键。如果我们不想失去任何为客户服务的机会，就必须重视印象的重要作用，遵照心理学原理训练自己的印象塑造能力，提高自己给客户留下的印象分。

要点一：给客户完美的第一印象

客户普遍喜欢那些穿着得体、热情友好的客服人员，并愿意配合他们的工作；同时，客户厌恶那些衣冠不整、缺乏修养的客服人员。这就是不同印象带来的极度差异化的客户反应。

理论篇：用第一印象为自己加分

心理学研究发现，与一个人初次打交道的45秒钟内，即可以以片面的资料为依据形成第一印象，这个印象直接影响他人的认知，并使之在头脑中形成难以改变的心理定势。这就是心理学中的“第一印象效应”。

【心理学知识】

心理学家曾做过这样一个实验：把被测试者分成甲、乙两组，并让他们看同一张照片。心理学家告诉甲组：“这是一个屡教不改的罪犯。”而告诉乙组：“这是一位著名的科学家。”看完照片后，两组被测试者被要求

根据这个人的外貌来分析其性格特征。结果，甲组说：“深陷的眼睛隐藏着险恶，高耸的额头表明了他死不改悔的决心。”而乙组说：“深沉的目光代表他思维深邃，高耸的额头显露出了他作为科学家的探索意志。”

这个实验表明，如果第一印象形成的是肯定的心理定势，会使人在后继了解过程中偏向发掘对方美好的品质；如果第一印象形成的是否定的心理定势，则会使人人在后继了解过程中多偏向于揭露对方令人厌恶的品质。

是什么原因造成这样的印象差异呢？

心理学家进一步研究发现，外界信息输入大脑时的顺序决定着人们的认知效果。先输入的信息作用最大，后输入的信息次之。同时，人们习惯于按照先接收的信息解释后接收的信息，即使后接收的信息与先接收的信息不一致，也会屈从于先接收的信息，以形成整体一致的印象。

客服维修人员维安曾这样讲述他与一位客户打交道时的情景：“当时我的衣服扣子在公交车上被挤掉了一颗，头发也乱了。客户看到我时，眉头皱起，只瞥了我一眼，即向客服部打电话要求换一位‘可靠’的客服人员来维修仪器。”

可见，如果我们给客户留下了不好的第一印象，就相当于被客户列入了“黑名单”，对方对我们的服务印象也将大打折扣。

在客服工作中，几乎没有客户会花时间去了解一个给他留下不好印象的客服人员。那么，我们该如何塑造良好的第一印象呢？

技巧篇：塑造良好第一印象的两大技巧

人们展示的第一印象主要是性别、年龄、衣着、姿势、面部表情等“外部特征”。一般情况下，一个人的体态、姿势、谈吐、衣着打扮都在一定程度上反映了其内在素养和其他个性特征。

所以，给客户留下良好的第一印象并不难，只要我们从这些关键的外部特征出发，并做到做好以下两点，这个问题就将迎刃而解。

● 技巧一：展现得体的职业仪态、仪表

职业仪态、仪表是一种无声的语言，是客服人员个人素养的外在表现。与客户第一次接触时，要展现出良好的仪态仪表，才能吸引客户的

眼球，为进一步的沟通打下基础。

➤ 良好的坐姿

总的来说，男士的坐姿要端正，女士的坐姿要优雅。

- 入座轻柔和缓，起座端庄稳重。

- 在别人未坐定之前，不宜先坐下。坐下后，不要频繁变换姿势，也不要东张西望。

- 上身要自然挺立，不东倒西歪。

- 两腿靠拢，两脚平落在地上，不要摇晃或抖动。

- 交谈时勿以双臂交叉放于胸前。

另外，我们还可以通过选择正确的坐向拉近与对方的距离。

- 正常沟通，侧身而坐或者取直角位置。

- 安慰对方时，并肩而坐。

- 在赞美对方时，横向或倾斜交叉而坐。

➤ 优美的站姿

站立时，挺胸、收腹，身体保持平衡，双臂自然下垂；切忌歪脖、斜胯、挺腹、含胸、抖腿、两手插兜等。

同时，我们还要注意男女之间的差别：

- 男士站立时两脚与肩同宽，身体平稳，双肩展开，下颌微抬。

- 女士站立时，两脚张开呈小外八字或V字型。

➤ 轻盈的走姿

走路时要抬头挺胸，步履轻盈，目光前视，步幅适中。双手和身体随节律自然摆动，切忌驼背、低头、扭腰、晃肩。男性不应在行走时抽烟，女性不应在行走时吃零食。

➤ 柔和的手势

多用柔和曲线的手势，少用生硬、直线条的手势。

- 交谈时，应用手掌按在胸口，避免交谈时指手画脚、手势动作过大。

- 站立迎客时，右手放在左手上面，交叉垂放于腹下。

- 给客户做向导时，要走在客人前两步远的一侧，以便随时向客人解