

第一線人員必備的感動服務技巧

First-line staff must move service skills

許永政 講師

《一》 SOP 上再加一點用心，超越民眾期望

The SOP adds a bit of hard work to exceed people' s expectations

- 到什麼階段才算是完成服務任務？

NPS 消費者推薦指數 Net Promoter Score

直接問顧客：
您會將我們推薦給親友嗎？

NPS =
(一定會推薦 - 不會推薦)



壹、「服務」為成功之本

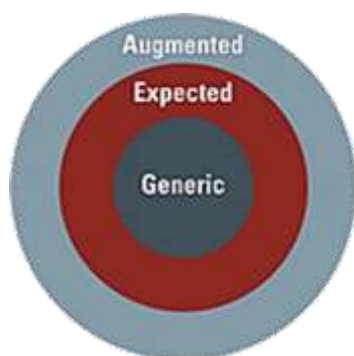
Service is the foundation of success

- 新、舊世紀服務觀
- 台灣各大行業，現在都在拚服務第一品牌！
- 行銷學界大師 Philip Kotler 菲利浦·科特勒：當前行銷著重的是：顧客期望管理 Customer expectation management

貳、顧客期望與感動服務

Customer expectations and moving services

- 哈佛商學院(Harvard Business School)希奧多·李維特 (Theodore Levitt): 顧客三環期望模式
 1. Generic 通用 (對產品、服務的基本服務)
 2. Expected 預期 (比一般期望更好的經驗)
 3. Augmented 擴大 (超越期望讓顧客驚喜)



- 顧客的期望值 customer's expectations = ?
- Maslow 人類需求層次 human needs hierarchy

Maslow人類需求層次



訓練全方位，服務更加倍；策略培力首當先，職能提升更拔尖

參、超越期待的服務原則

Surpass expectations of service principles

- 一、團隊先建立服務的信念
- 二、跑在顧客的前面
- 三、人性化
- 四、覺察顧客的不便
 - 超越預期的便利理念
- 五、無微不至

肆、感動服務的做法 Touching the service

- 一、注重關鍵細節與服務一致性
- 二、真誠的主動關懷
- 三、客製化、差異化
- 四、服務保證+施予小惠
- 五、創新--精益求精

伍、關鍵三分鐘~感動服務的決勝五步驟

The key three minutes ~ Five steps to move the game

- 一、真心歡迎

訓練全方位，服務更加倍；策略培力首當先，職能提升更拔尖

- 真心微笑

二、熱忱接待

- 主動迎接

- 服務貴賓的語氣

- 眼神隨時保持接觸

三、詢問關懷

- 察言觀色

- 替客人多想一點

四、情境解說

- 專業解說

- 耐心引導

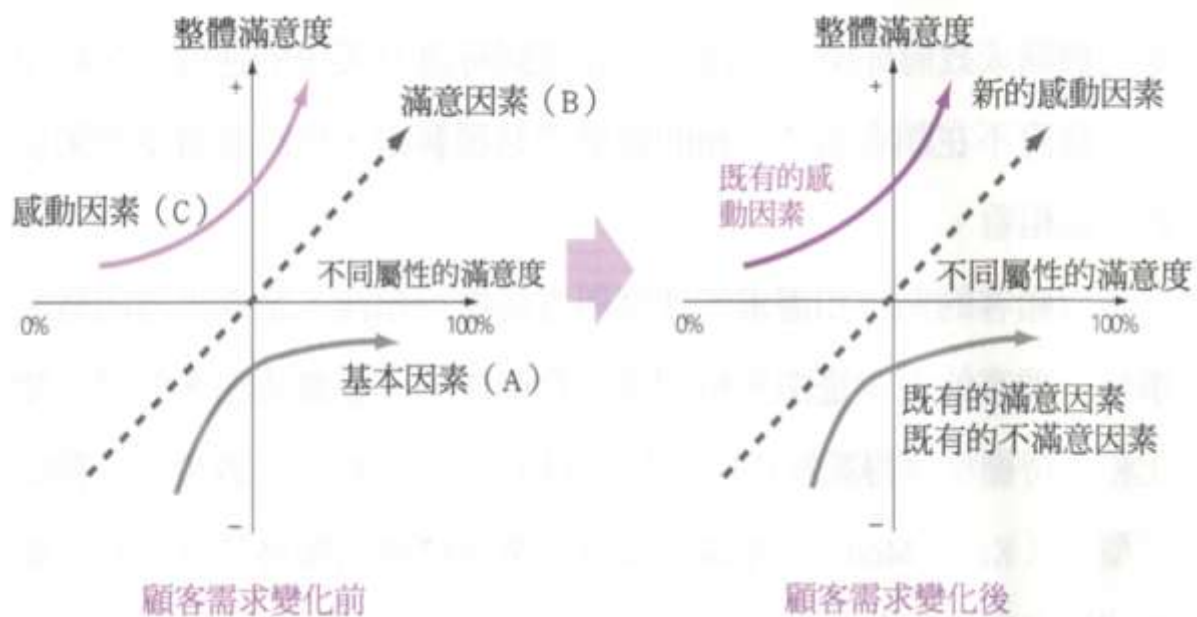
五、送客藝術

結論 服務的兩個必要思考

Two necessary reflections on service

- 狩野紀昭 Noriaki Kano 教授的狩野模型(Kano Model)理論

訓練全方位，服務更加倍；策略培力首當先，職能提升更拔尖



- 服務五大信念 Service Five Convictions:

1.以「做主人」的高度，去服務顧客

2.大人物當小人物親切應對，小人物當大人物尊榮服務

3.尊重每個顧客的獨特

4.「卓越」的服務，是在顧客還沒有提出要求之前，就預先替他設想周到

5.絕不輕易說不

《二》 輕鬆做好民眾申訴及抱怨處理

Easily make public complaints and complaints

前言: 美國通用汽車的客戶與客服部的故事

GM' s Customer and Customer Service Department Story

壹、重要的申訴與抱怨處理調查統計

Important complaints and complaints processing

investigation statistics

- 不滿意的民眾只有 10% 會申訴或抱怨
- 1 位不滿意的民眾，平均會向 1 個人抱怨，另外的 19 人會向 20 個人抱怨。(250 定律)
- 給民眾 1 次負面印象，要用 10 個正面印象來彌補
- 如能有效處理民眾抱怨者，有 80% 不會向他人傳播負面經驗。
- 如能立即有效處理民眾抱怨者，有 90% 會向他人傳播正向經驗
- 客訴，就像蝴蝶效應
- 抱怨是禮物
- 最直接、最有用、最便宜的天使之音

貳、不滿意的顧客類型與處理：

Unsatisfied customer types and handling：

1.被動者 (Passives)

- 不告訴公司，過段時間還會回來，或默默離開

2.發言者 (Voicers)

- 不滿時會告訴公司。(最值得感謝)
- 沒有妥善解決問題，可能轉變成反擊者

3.憤怒者 (Irates)

- 不一定會直接向公司抱怨
- 把業務帶給對手，還會告訴很多人！

4.反擊者 (Activists)

- 對投訴沒有給予滿意回覆，會刺激進行報復
- 加州一輛福斯汽車上大字寫著：福斯汽車，最糟糕汽車！
- 氣銀行刁難 316 萬硬幣償貸

◇ 研究顯示，反擊者有以下觀點：

- 公司根本不在乎他們的顧客
- 購物是一種不愉快的體驗
- 一旦顧客購買，便把顧客忘得一乾二淨

訓練全方位，服務更加倍；策略培力首當先，職能提升更拔尖

- 這些公司不再值得信任
- 我受到公司的傷害

參、服務補救與正面口碑

Service Recovery and Positive Word of Mouth

- 朋友訂了一箱橄欖油，開箱時，發現其中 1 瓶破了
- 據統計，只有大約 1%顧客會有意地欺騙公司
- 心理學的互惠原則

肆、把抱怨變口碑：道歉藝術與服務補救

Turning complaints into word of mouth: Apology for art and service remedies

- 滿意度和忠誠度
- 抱怨獲得迅速而有效的處理，95%的人不僅會繼續與之做生意，而且忠誠度更高

- 抱怨處理的 8 個步驟 8 steps to complain about :

一、傾聽：

二、說謝謝，並解釋你為什麼對抱怨心存感激

三、為過失道歉

訓練全方位，服務更加倍；策略培力首當先，職能提升更拔尖

四、承諾及時做出改善

五、詢問一些必要的資訊

六、迅速地糾正錯誤

七、詢問客戶是否接受

八、事後追蹤關心

● 花王「妙鼻貼」案例

每天複習的 18 個因應技巧 18 daily review skills :

1. 不要爭辯
2. 別把抱怨當作衝著自己來，體會顧客的心情
3. 表達歉意，即使這次的損害並不是你所造成
4. 和顧客建立認同關係：「我可以了解你的感受。」、「我能理解你說的事情。」
5. 溝通以第一人稱進行：「我很抱歉。」
6. 不幫公司其他人找藉口或責難
7. 精神貫注在顧客身上，保持眼神接觸
8. 感同身受的點頭有助平息對立
9. 摘要記下幾個重點，顧客會覺得他們的申訴被聽清楚了
10. 核對你的理解是否正確：「我想確認一下我是不是了解你的意思？」
11. 如果不知如何解決問題，坦承你不知道，並承諾將會找出辦法

訓練全方位，服務更加倍；策略培力首當先，職能提升更拔尖

12. 答應回電「務必」要回電
13. 讓顧客成為解決之道的一部份
14. 告訴他們你「可以」做什麼...而非你不能做什麼
15. 找出可以讓顧客從不滿意變成滿意的辦法 「如果我們...，這個問題是不是就解決了？」
16. 如果顧客同意這個解決辦法，要趕在他們改變主意之前迅速行動
17. 如果顧客不喜歡這個解決方式，問問他們覺得怎麼樣才公平恰當
18. 事後的關心追蹤