



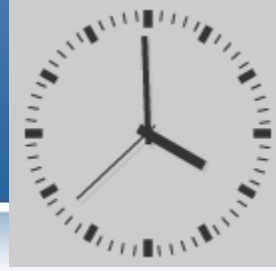
# 提升客户满意度



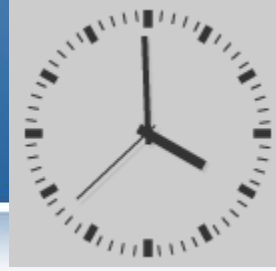


- 维系客户关系的核心是满意度！
- 被客户炒“鱿鱼”可能来自某一个方面的不满意！
- 长久的合作源自百分百的满意度！



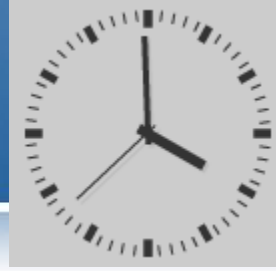


什么是“满意”？



## 思考：谁更满意？

- 你这次考试取得了好的成绩，你兴高采烈的回家，希望能吃到你妈妈亲手做的红烧鱼，然而你妈妈说，这次很忙，下次再烧给你吃，这次取而代之的是榨菜丝！
- 在一次野外郊游，你又累又饿，你寻了很久，才从一个同学处要到一个早上吃剩下的冷馒头！

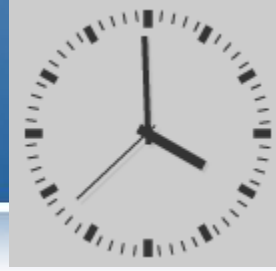


请回忆你们当时想说什么？

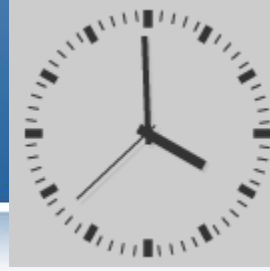
当你周一晚上接到通知第二天走路从10公里缩减到5公里时，  
你最想说的的是什么？

哦耶！太好了！

为什么？ ？ ？



- 客户满意是客户的一种心理感受，具体说就是客户的需求被满足后形成的一种愉悦感或状态。此处的“满意”不仅仅是客户对服务质量、服务态度、产品质量和产品价格等方面直观的满意，更深层的含义是企业所提供的产品或服务与**客户期望**的吻合程度如何。



客户满意度指客户满意程度的高低，为客户使用所买产品/服务的感受值与客户期望之差。用公式表示为：

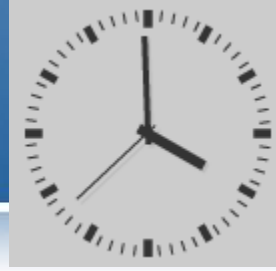
客户满意度=客户感受值/**客户期望**

- < 1 失望
- = 1 满意
- > 1 高兴

顾客满意与否是一种  
**主观感受!!!**



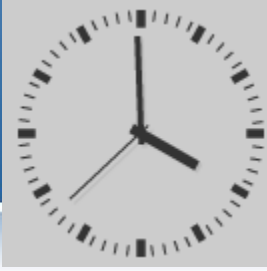
在很多情况下顾客是  
**欠理性的!!!**



## 客户感受值

客户感受值是指客户对我们提供的服务质量、服务态度、产品质量和产品价格等方面直观的感受。

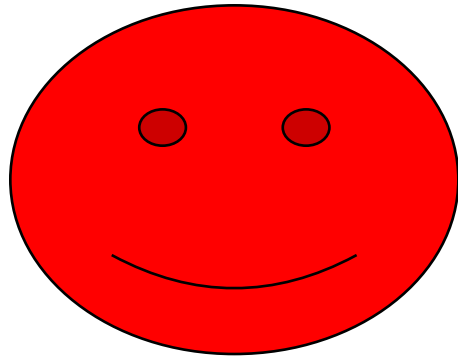
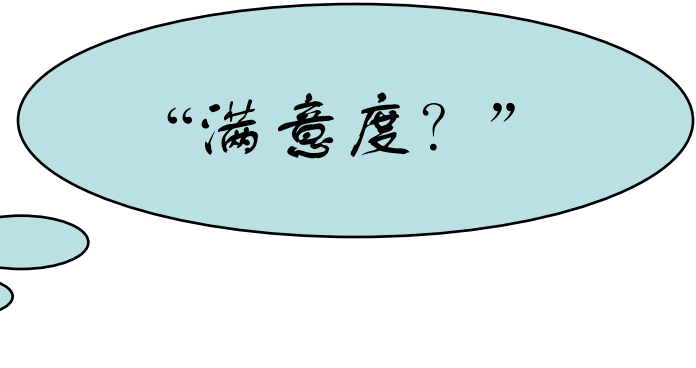
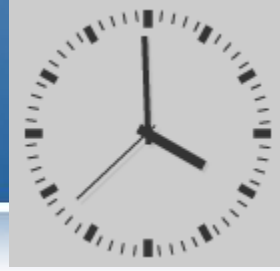




## 客户期望

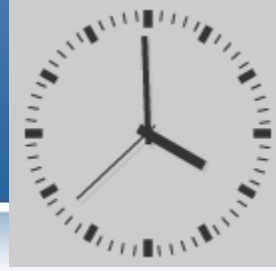
- ☑ 顾客先前的体验
- ☑ 与销售人员的沟通
- ☑ 广告
- ☑ 价格
- ☑ 朋友口碑
- ☑ 顾客自身的个性
- ☑ 行业内其它产品服务提供者的表现
- ☑ 环境
- ☑ 全社会产品服务提供者的表现
- ☑ 顾客自身的经济实力、社会层次、社交圈子
- ☑ .....





满意度衡量高兴程度

满意度是个相对值

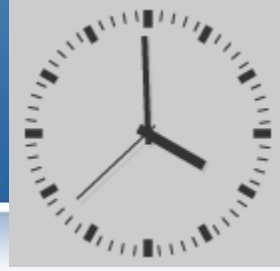


# 如何提高客户满意度？

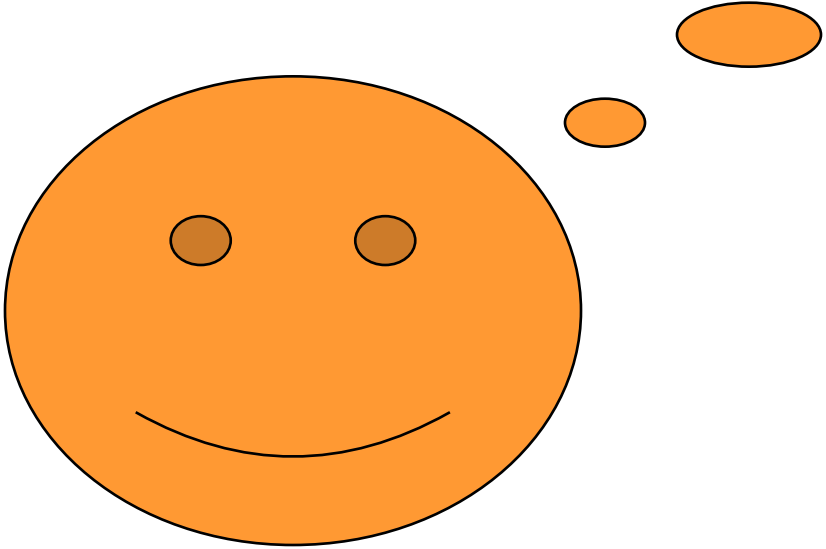
## 提高满意度的两个途径

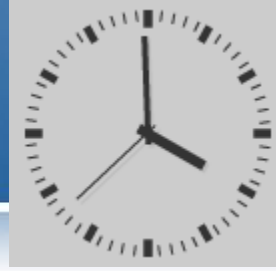
降低期望值      （减小分母）

提高感受值      （增加分母）



如何降低期望值呢？





## 一、向对方展示在审视过程中没被发现的因素

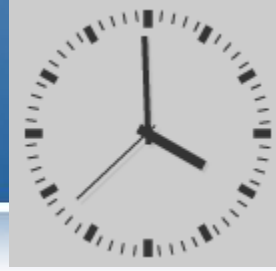
顾客：“这条裤子200元可以吗？”

店员：“对不起先生，200元太低了，一定要450元！”

顾客：“这不是普通的水洗棉布料吗？怎么这么贵呀？”

店员：“呵呵，先生！你可能没看出来吧？这可是正宗的巴西进口的精制精细棉，不会起皱、透气性也很好！所以要贵一些的！”

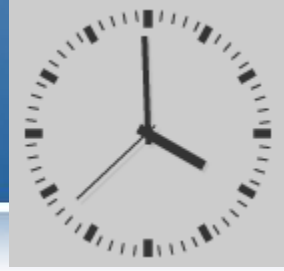
顾客：“好吧，给我包好，我买一条！”



## 二、修正对方的经验、信息、经历

顾客：“我上次给我弟弟买的一条裤子比这条大多了，布料做工都一样，但是只要100元，怎么这款童装这么小也要这么多钱？”

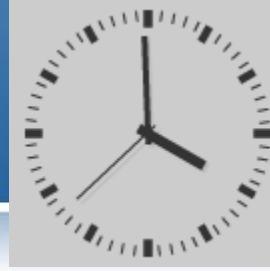
店员：“噢，先生，因为服装都是批量生产的，童装虽然用料少，但做工要求更高，所以价格更贵！”



### 三、修正对方的逻辑思维模式

顾客：“上个月我朋友在另外一家买同样一个只花了60元！你这里怎么会卖到80元呢？”

店员：“噢，先生，您说的很对，我相信，但是那时这个产品刚上市，还没有人知道，所以是按低于成本销售，当时我们这里也是卖60元的。现在促销期已经过了，所以价格恢复到正常的80元每个！”



#### 四、利用刚建立的期望值不稳定用一个更低的期望值覆盖

小张走进一家服装店被一条休闲裤吸引住了，他摸摸布料认为120元比较合适

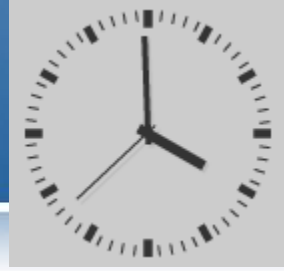
店员：“先生！要不要试试？”

小张：“多少钱一条？”

店员：“680元一条！”

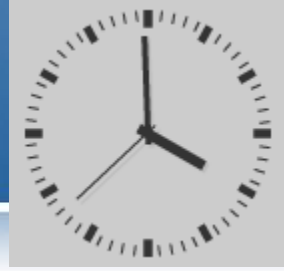
小张此时心想：“680元，怎么这么高的价，是不是有什么特别之处，或是名牌……我没看出来？”





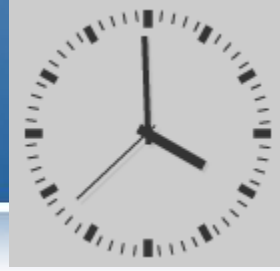
## 分组讨论：

假如你的女朋友对你要求很苛刻，希望你取得很大的成就，你觉得很累，怎么办？

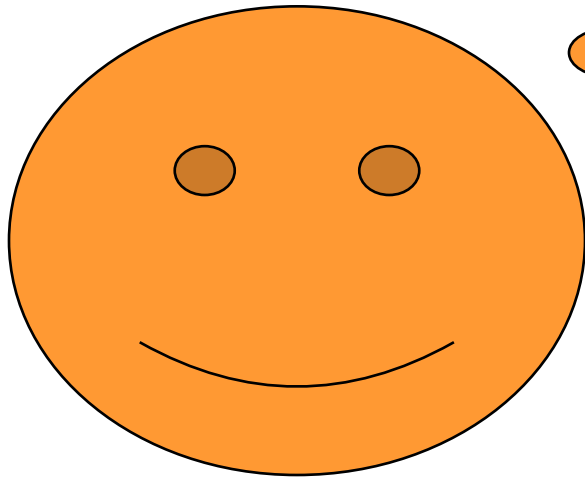


## 分享：丑陋的小狗

俄罗斯有一位著名的漫画家，他的画受世人抢购。然而在他年轻的时候，因为他不被人知，所以经常是穷困潦倒，为了生计，他不得不奔波于画室和出版社之间。出版社的编辑对他很反感，原因是他在每次送来的作品的右下角都画上一只丑陋的小狗。这只丑陋的小狗对于整幅画的构思简直是毫无用处。所以，编辑总是要求去掉这多余的小狗，而他总是坚持要保留。为此编辑要和他争执一个小时，当然最后终于还是编辑胜利了，**小狗被去掉后漫画不再做其它修改就终于发表了。**



如何提高客户感受值?

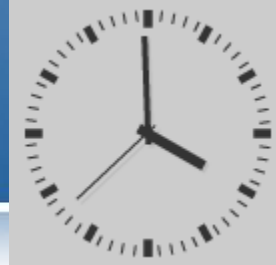




## 降低客户感受值的因素

- 报价不诚实
- 交货不准时
- 承诺成泡影
- 产品品质上不去
- 执行时差错百出
- 没有充分沟通，草率出台方案
- 、 、 、 、 、 、





## 满意百分百



专业满意



个人品质满意



价值满意



敬业精神满意



## 提高客户感受的核心之一就是 专业层面的满意

分组讨论：怎样才能让客户达到专业层面的满意？





提高客户感受核心之关键  
就是价值满意





## 达到专业满意的要求

- 对自己的产品认识高
- 对客户所在行业的认识高
- 对客户自身认识的高
- 该领域经验高
- 对具体问题解决提议高
- 综合的专业理念魅力







## 影响价值满意的因素

- 价值期望值过高
- 价格与实际价值不对等，价格高于实际价值
- 对实际价值的认同程度不一致





## 报价策略:

- 过高或过低的报价都会给公司带来损失
- 报价高可能失去或影响合同，带来不好口碑
- 报价低影响赢利并可能影响服务质量





## 当价格是签约的主要障碍时：

- 用心表现对客户的诚意与重视，被尊重和重视是所有客户的需要。  
如：正式晚餐，与公司高层会晤，强调服务理念与执行保证。
- 用专业的团队来树立价值感。
- 恰当的降低价格





## 降价的原则与策略：

- 价格成为合作的主要、唯一的障碍。
- 降价的策略

*以满足其他要求作为条件*

*提高或保证其它服务利润为前提*

*让对方欠一个人情债*





*Sales*的个人品质满意  
提高客户感受的关键因素之一





## Sales个人品质构成:

- 公私分明
- 个人品味
- 个人涵养
- 做人的原则
- 个人的人格，风度闪光点
- 个人友谊、交际圈





## 非正常的“品质满意”：

- 业务招待费上升
- 以回佣维持认同、支持
- 以牺牲公司无形、有形利益为代价来使客户满意
- 站在客户角度，不为公司利益着想，为客户供非合作范畴的服务。





## 品质满意度的几项基本要点：

- 客户生日，别忘了给他一个惊喜（个人名义）
- 传统佳节，别忘给他一个问候
- 他有什么个人困难，一定要从朋友角度关心他、帮助他。
- 条件许可时，带着你的家人或女友与他或他的家人共聚
- 为他的工作操心，并真正帮他出谋划策。
- 出差，一定要带点令他开心的小礼物
- 经常与他一道参加休闲（喝茶、游泳等）







敬业精神与责任心是  
提高客户感受的心理认同





## 个人敬业精神与责任心 团队敬业精神与团队力

- 敬业精神是感召力
- 责任心令对方更放心
- 团队精神令客户充满信心
- 团队力令客户感染





## 如何用敬业精神感召客户（1）

- 对小事、细节用更多心血，更多关注去对待
- 让客户知道为他服务时，你牺牲了更多的宝贵个人时间。
- 时刻都会与对方谈他关心的话题。
- 主动地为客户尚未要求的工作作准备并告知你的行动。





## 如何用敬业精神感召客户（2）

- 节假日加班，一定要向对方问好，并告知你们正在为他的项目加班。
- 加班至深夜，在不影响他人情况下，可向他请教、
- 讨论关键问题，并征询意见。
- 你在努力做的任何一件事，一定要让你的“上帝”知道。
- 当你的工作影响到你的家庭、个人生活时，一定取得他们的“同情”





## 如何用敬业精神感召客户（3）

- 在公共场所，只要与客户在一起，别忘了向你的朋友，推介客户产品或服务。
- 与客户交往过程中，尽量使用对方产品或服务，以表示认同接受。





## 提高客户感受服务中的人格站位

- 合作关系
- 平等互利的关系
- 价值的认同的基础
- 战略伙伴

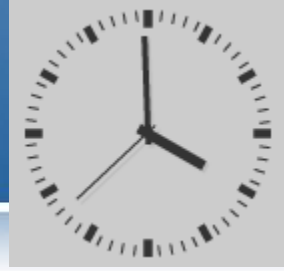




## 提高客户感受服务中不恰当的人格站位

- 迎合
- 交易
- 利用
- 私利
- 施舍
- 仰视





- 满意度不只取决于产品和服务本身；更重要的是客户对产品和服务的期望值。销售过程通常是提升客户的满意度的过程，但是，期望值越高，满意度越低。因此，要学会管理客户的期望值。





感谢您的关注

