

# 投诉——最宝贵的礼物



EVENING NEWS  
**Public Service Center**  
今晚报公众服务中心

主讲人：袁静

# 沟通主题：

- ◆ 投诉的定义及种类
- ◆ 投诉与营销的关系
- ◆ 客户投诉的动机和需求
- ◆ 处理投诉的四大雷区



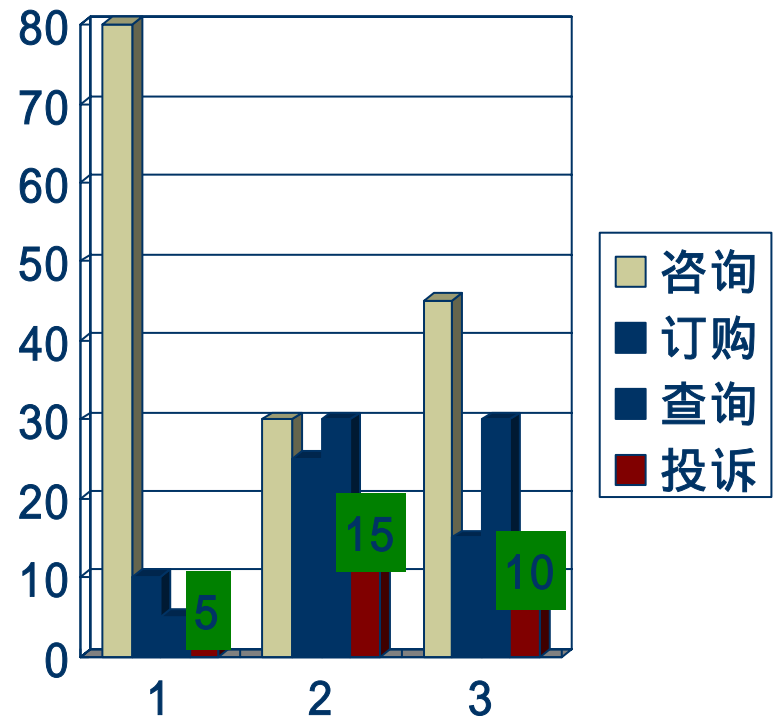
# IN-bound

- ◆ In-bound 的基本内容
  1. 咨询
  2. 订购
  3. 查询
  4. 投诉



# In-bound首次来话分布

- ◆ 咨询来电约占80%
- ◆ 订购来电约占10%
- ◆ 查询来电约占5%
- ◆ 投诉来电约占5%



# 投诉的定义及种类

- ◆ 投诉？
- ◆ 是消费者针对于所购买产品与服务的一种不愉快心理感受的现实反应。
- ◆ 投诉的种类
  1. 事务型
  2. 态度型
  3. 意见型



# 投诉与营销的关系

- ◆ 得到反馈(商品/服务)
- ◆ 创造忠诚客户
- ◆ 塑造企业声誉
- ◆ 改进营销环节(设计/物流/后续服务)



# 正视投诉

- ◆ 客户的不满可置企业于死地
- ◆ 投诉是拯救企业最好机遇

思考：当客户不满时，他会怎么做？



# 具权威调查数据显示：

- ◆ 客户感到不满时，有90%不会选择投诉
  - ◆ 他们会选择将自己的不满告诉至少20人
  - ◆ 而这20人将会把此事传播给另外400人，并使不满事件本身完全走样
  - ◆ 作为企业需作超过20件好事，才可抵消一件坏事的破坏
- 当客户不满时，企业将为此付出天文数字





# 分享投诉经历



# 投诉是拯救你最好机遇

- ◆ 投诉——表示对你还有期望
- ◆ 投诉——表示愿意给你改进的机会
- ◆ 投诉——如你能得体处理，将获取客户忠诚，业务更上一层楼的良机



# 客户投诉的动机和需求

- ◆ 为什么会投诉
- ◆ 投诉的目的



# 客户投诉及抱怨产生的原因

- ◆ 有期望才有抱怨
  - 提供的商品不良
  - 提供的服务不佳



# 客户投诉的目的

- ◆ 快速解决不良问题
- ◆ 心理上:客户尊重
- ◆ 物质上:额外的客户尊重

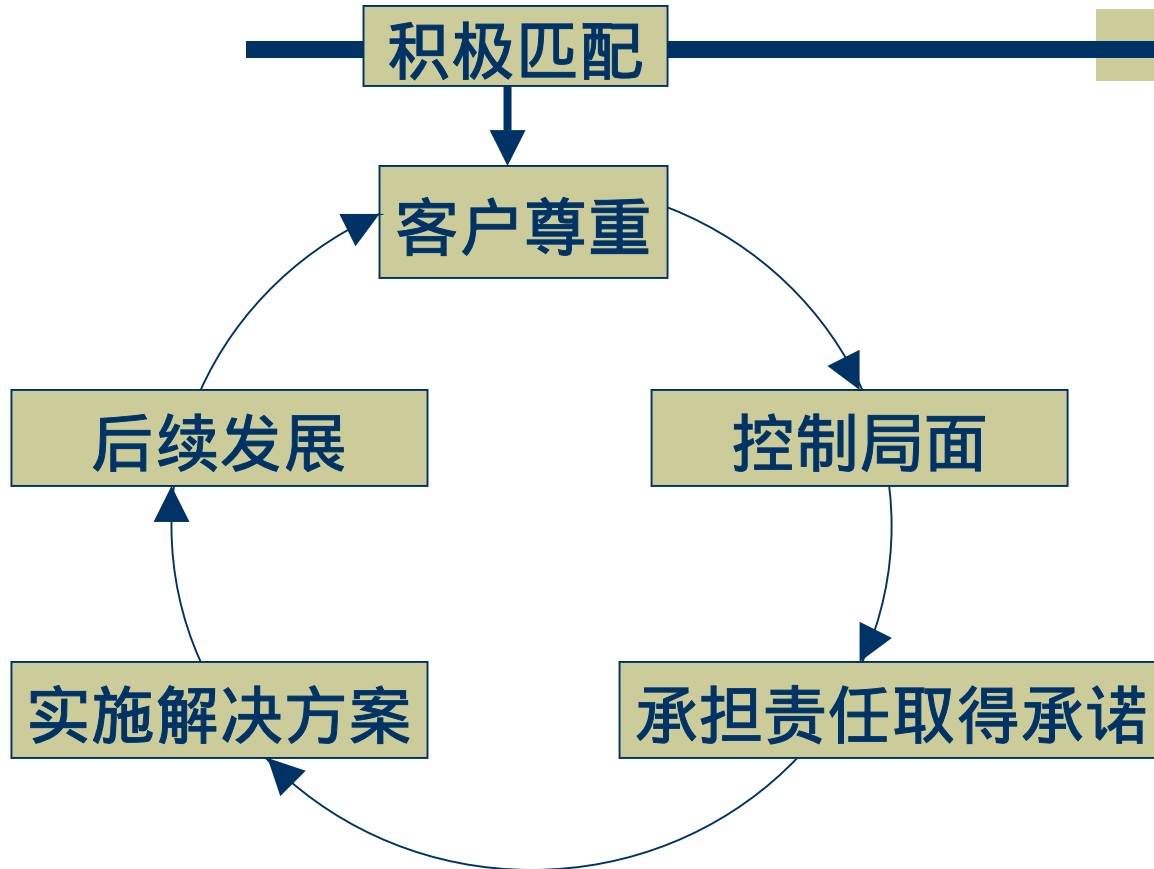


# 客户投诉的四大雷区

- ◆ 切记不要趟“混水”
- ◆ 事不关已与圣母玛利亚
- ◆ 推皮球
- ◆ 错误的客户定位



# 处理投诉流程及内容



# 感谢您的倾听

投诉——

是客户送给企业最珍贵的礼物

交流信箱:[aliceyuan78@hotmail.com](mailto:aliceyuan78@hotmail.com)

