

关于高效投诉处理 技巧

客户投诉究竟是什么？



一、投诉的初步认识—— 概念、原因、目的、意义

什么叫投诉？

—客户（员工）对产品、服务等产生不满而引起的抱怨。





投诉的实质

表象：

即客户（员工）对商品或服务的不满与责难

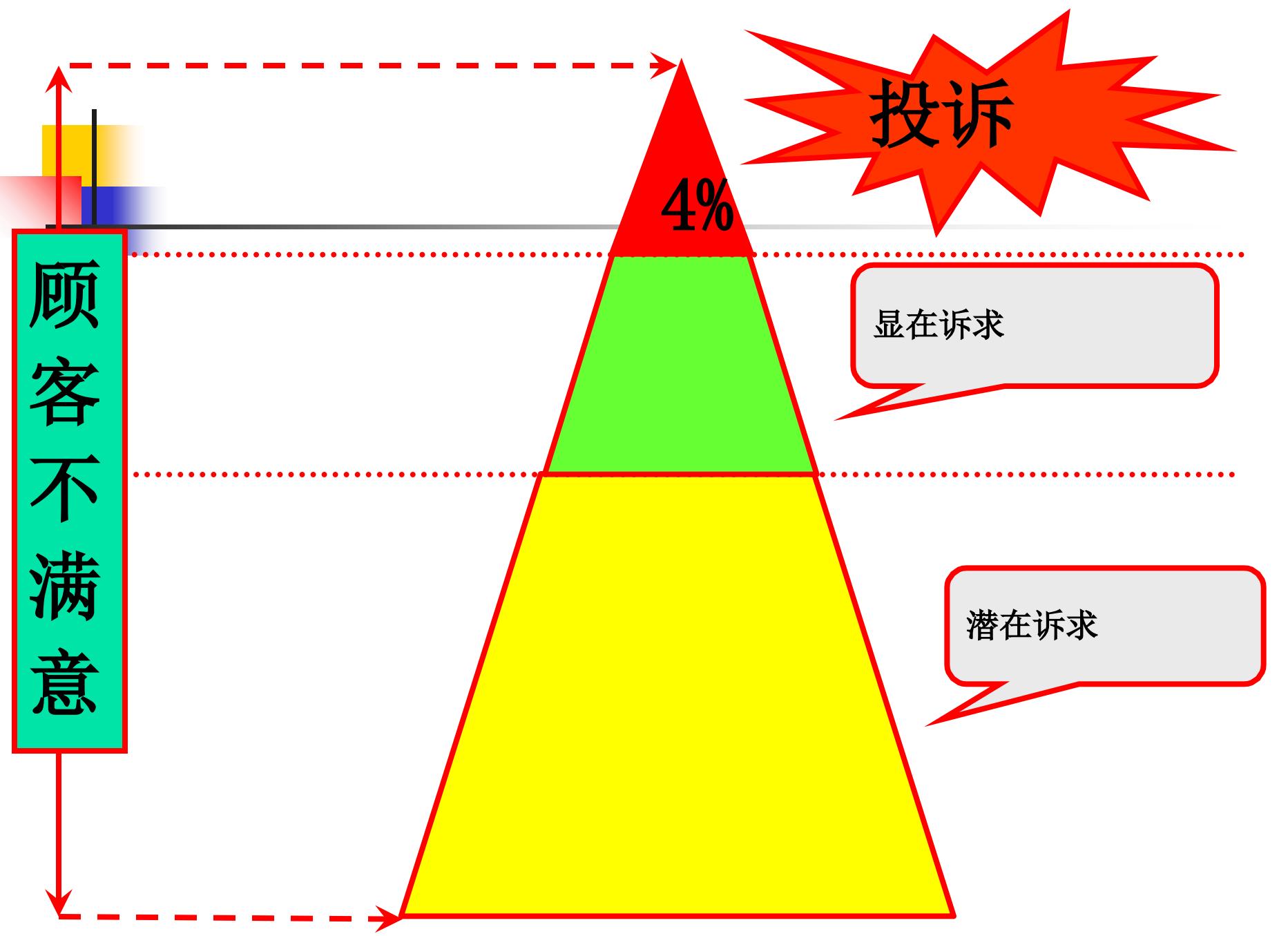
本质：

客户（员工）对企业或部门信赖度与期待度的体现也就是企业或部门弱点所在。

是你也会投诉——投诉原因解剖



- ø 投诉成因分析之一——产品角度
(品质不良、使用不当)
- ø 投诉成因分析之一——服务角度
(服务品质不良、方式不当)
- ø 投诉成因分析之一——其他角度
(使用不惯新商品、新服务)



客户不满的等级

离开

投诉

抱怨

不满

1. 大部分的客户都是不满和抱怨，处理不当，才升级为投诉
2. 不要人为的将低级的不满升级
3. 大部分客户都不想投诉，客户投诉也需要成本，包括感情成本和时间成本



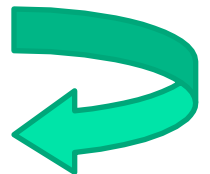
客户希望得到什么？

1. 发泄情绪
2. 解决问题
3. 获得补偿
4. 谋取不当利益

大部分客户都是前两个需求！

投诉处理的意义

1. 恢复客户（员工）对企业或部门的信赖感
2. 避免引起更大的纠纷和恶性事件
3. 收集信息
4. (投诉)满意客户（员工）将是最好的中介
(满意客户会将满意告诉另外的**2-5**人)
5. (投诉)不满意客户（员工）是企业或部门的灾难
(不满客户会将不满告诉另外的**25**人)





二、投诉处理的原则

★ 投诉处理三原则

- 1、合作共赢——处理好客户（员工）界面；
- 2、明确责任——找到责任人，分析问题实质；
- 3、持续改善——触类旁通，分析根源，制定改进措施。

★ 领导负责制

经理投诉处理特点

1. 没有退路和推托的余地
2. 投诉来源复杂
3. 事无巨细
4. 有客户情感投入
5. 资源相对充足
6. 领导相对重视



树立正确的态度

- ø “客户永远是对的”
- ø 处理疑难问题方显价值
- ø 不要把投诉当成个人恩怨

不要尝试让客户承认自己的错误!



投诉**抱怨**处理原则

先说心情，再说事情
先讲心理，再讲道理

- o 积极面对，以诚相待
- o 追本溯源，关注情感
- o 换位思考，有礼有节
- o 结果导向，解决问题



三、投诉处理的步骤

1.有备无患：处理前的准备

环境的准备：天时、地利、人和

心情的准备：好奇心、同理心、平常心、诚意、歉意

工具的准备：糖果、饮料、纸笔、意见簿、小礼品、
法律文本



按部就班：投诉处理的步骤

感性倾听

复述询问

解释澄清

提出方案

实施跟进

情感关注

Step1: 感性倾听

1. 建立良好的沟通环境

2. 倾听:

- ü 客户在陈述投诉理由时，不得随意打断客户；
- ü 认真倾听，告知客户正在记录，屏蔽客户的情绪语言；
- ü 控制客户的语音语调语速，以缓解客户情绪：“请您慢慢讲好吗？我会尽力帮助您的”；
- ü 适时给予回应，用以缓和气氛

3. 暂停:

- ü 客户有把话说完的权力
- ü 不要本能的去反驳客户，即使客户话中有明显的错误



Step2: 复述询问



1. 当客户陈述完投诉理由后，开始对全过程，尤其是重要信息进行复述询问
2. 倒清确认：“先生，刚才您提到了×××方面的问题，（您以前遇到过类似情况吗？），是吗？”
3. 注意：
 - 不要主动提及“投诉” “赔偿”等敏感词汇，避免人为将问题扩大化
 - 消除，缩小、精确问题

Step3: 解释澄清



切勿将解释
变成辩解

对不起太太，您属于 0.2% ！



Step3: 解释澄清

解释过程需要始终关注到
客户情绪变化和语音语调语速

1. 如无100%的把握，先进行后台查询和了解，不要直接作出猜想和解释，让客户体验过程。
2. 在没有完全了解清楚客户所投诉的问题时，不得马上将问题转交其他同事或相关部门



如何传递负面信息

- 1. 应从正面阐述。** 强调对方可以做的而不是你不愿或不愿他们做的事情或公司规定
- 2. 说明负面情况的产生原因或将它与对方的某个受益方面结合起来叙述。**
- 3. 如果消极面根本不重要，低调处置，** 压缩相关篇幅甚至干脆省去。



Step4: 提出方案

1. 有时解决方案的提供不宜太快
2. 结果和过程同样重要
3. 如要拒绝客户，预先找好客户台阶



Step4: 提出方案

快速准确地将
客户投诉的问题
进行分类

马上可以解决的

短期才能解决的

现阶段无法解决的

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/997055043040006114>