# 倾听客户的声音范文大全优选17篇

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2025-03-05

*倾听客户的声音范文大全 第一篇在我进入大学后的第一个寒假中，我体验到了一次非常真实而又宝贵的社会实践活动。\*虹桥为我们广大在校大学生提供了一个非常好的展现自我的平台，通过成为青年志愿者，为各大乡镇、街道司法所提供服务，这不仅使我学到了很多相...*

**倾听客户的声音范文大全 第一篇**

在我进入大学后的第一个寒假中，我体验到了一次非常真实而又宝贵的社会实践活动。\*虹桥为我们广大在校大学生提供了一个非常好的展现自我的平台，通过成为青年志愿者，为各大乡镇、街道司法所提供服务，这不仅使我学到了很多相关的法律知识和做人的道理，同时也让自身的社会价值得到充分的发挥。我很庆幸自己报名参加了这次如此有意义的活动，它让我接触到了平常时很少接触到的东西。这次活动，给我留下了难以忘却的回忆，让我获益匪浅。在短短的十天服务时间内，我主要的工作就是帮助街道司法所工作人员开展\*调解、社区矫正、法律宣传、预防青少年违法犯罪帮教等志愿服务活动。在此期间，我最大的任务就是对未成年服刑人员进行家庭走访调查以及帮助司法所工作人员处理繁琐的刑事档案资料的整理，同时在所长的带领下一起解决了一起\*调解的实际案例，针对成为热点话题的医疗纠纷实际案例进行在旁学习，为有纠纷的双方进行合理调解，并最终达成了和解的理想结果。其中我最大的感触就是去未成年服刑人员家里进行走访的时候，发现有许多走上迷途的青少年年纪都比较小，从他们稚嫩的眼神中完全看不出他们邪恶的一面。

**倾听客户的声音范文大全 第二篇**

一则以真诚服务感动客户的案例启示

一、案例描述

20\_\_年4月份一天的下午，有一位客户急匆匆的走进了乌拉特前旗支行营业室大厅，我们的大堂经理郭惠文同志看他一脸着急的样子，热情主动的走上去询问客户需要办理什么业务，客户说要开一张卡，了解到客户要赶下午4点多的仅有的一趟到兰州的汽车，当时距离开车时间不足1个小时，可是当时柜台和自助终端办卡机上都排满了人，考虑到客户的特殊情况，郭经理通过自助办卡机优先为其办理了卡片，由于客户着急赶车，竟然在前厅办公桌上签字确认时不慎将自己的身份证忘了拿,后来保安在巡视的过程中，发现了其丢失的身份证，及时告知大堂经理郭惠文，那时距离开车时间已经不足半个小时，郭经理迅速翻阅了当天的办卡资料，找到了这位客户刚才办卡时预留的手机号码，及时的联系到这位客户。后来客户来取身份证的时候，他紧紧地握住了郭经理的手，满脸的感激，不停的说着感激的话，我们周围的工作人员都为之感动。

二、案例分析

我们身边有很多像郭经理一样的同事，他们坚守着自己平凡的岗位，每一天他们都用十分的饱满的热情去为形形色色的客户解决他们的问题。我们作为一名银行的工作人员，这本来是我们应尽的职责，但对客户而言，如果我们能够真正做到：急客户之

所急，满客户之所需，我们不仅能够实现自己的价值，更多的是收获客户满满的信任，以及今后他们对工行的依赖感。

三、案例启示

当前越来越多的银行开始重视客户服务，从我进入工行以来，慢慢了解这份工作的核心就是客户服务。作为工行的一员，我们的一言一行都代表着工行的形象。服务好每一位客户是我们首要的工作。它要求我们每一个人在面对不同的客户，都能倾听他们的声音，对他们当前的需求及时进行反馈，并预测他们未来的需求，为其提供优质的服务。只有当确保我们的服务满足和超越客户需求时，我们才能继而寻求生存与发展。

工行是全球最盈利的银行，如果我们想在竞争日趋激烈市场环境中赢得更多的客户，取得更佳的经营业绩，那么我们只有将自己的经营坐标轴永远指向客户，以满足客户的需求为经营准则，才能实现更快、更好的发展。服务是一种文化，它可以充分展现我们行业的精神;服务是一种行动，它可以决定我们行业的效率和发展;服务是一种工作的载体，它可以记录我们行业的数量和效率，但优质的服务带给我们的不仅是机会，更多的是发展。

前旗支行营业室 许娇

**倾听客户的声音范文大全 第三篇**

先抛开上述设计的分析，我们看什么是一个服务，在我看来一个服务应该包含几点：

1、有自己的数据，对整个数据的生命周期进行管理，像订单中心，要对订单的创建、支付、发货，甚至包括逆向的售后都需要参与管理；

2、和其它系统交互主要通过接口交互，当然也有一些异步交互，像发送MQ，但主要还是通过接口交互，因为你要控制业务的逻辑，才能做到高内聚；

3、独立的部署；

4、做的比大的服务还有自己的后台，可以对业务进行配置，查看业务相关的数据，及进行业务流程的周转；

做服务的目的是提高系统/业务的可重用性，快速响应业务。所以一个好的服务应该是高内聚的，如果做的不好，一个表象就是如果要加点功能，各业务系统都要修改，系统响应慢，交互效率 低。

如何做服务化呢，没有严格的标准，在我看来有些可以参考：

1、分清哪些是服务该做的，哪些是不该做的

这个要结合业务讨论，理清业务边界，即要对系统的职责进行准确的定位；

2、对外一定是以接口提供服务为主

因为你是一个服务，需要做业务的控制，要管控业务流程，让调用方都不关心业务的具体设计，只关心结果就行了；

像上面的权限服务，应该提供判断用户是否有权限的接口，入参为userId和resourceId，只有这样，你才是高内聚的，因为中间的复杂逻辑都收拢在服务内。

3、业务闭环

服务所管理的业务的整个生命周期的应该是在服务内闭环的；

就像权限服务，核心应该是管理权限，那么权限的添加、修改、判断用户是否有权限都应该是在权限服务里完成的。

**倾听客户的声音范文大全 第四篇**

>一、海底捞服务管理案例

1996年，海底捞经过两年的努力，店面由原先的70多平方米曾扩到400多平方米。由于店面扩大，桌数增多，刚开始总是坐不满，生意也平平淡淡。此时张勇非常着急，但他没有乱了分寸，他知道只有通过更好的服务，让所有消费的顾客都满意，生意才能一步一步好起来。细心的张勇发现最近总有一对母女俩到店里吃饭，这对母女每次来最多点三样素菜，消费奇低，最多吃十几块钱。张勇没有应为这对母女消费低而轻视客人，他总是一视同仁的给母女二人服务。但是个别员工并没有真正理解到服务的真谛。

一天，母女二人来吃饭，当台服务员表现的比较懈怠，还小声对旁边服务员说“这两位又来了，每次都吃那么一点钱”。

母女听到了服务员谈话，觉得非常没有面子，起身准备离开。细心的张勇发现了母女的举动，赶忙上来询问原因。母亲非常有修养，还不好意思的对张勇说：“其实每回来吃饭，我们也挺不好意思的，但是我们俩饭量又小，点多了怕浪费。再说我们俩又不吃肉，就喜欢吃一些素菜。”。

张勇听完母亲说的话，又看了看当台服务员的表情，立刻知道了是什么原因。“姐，实在不好意思，都是我的错，我没教育好自己的员工，其实你们每一个顾客对于我们海底捞都是一样重要的，你们都是我们的衣食父母；姐，您看这样可以吗，今天这桌饭我请了，这是一张八五折的金卡，从今以后你就是我们最重要的客人。姐，你不是怕点多了浪费吗，以后过来所有的菜你都可以点半份。姐，今天的事您千万不要生气，再给我们一次机会好吗？”母女听到这样的解释后，大为感动。

事后，这位女士的老公，简阳市工商银行行长与张勇一家人都成了好朋友。行长为海底捞介绍了大量的客户，同时也为海底捞贷款方面帮了大忙。

>二、海底捞服务管理案例分析

永远不要轻视任何客人，对所有顾客都要全力以赴的服务，争取每一个客人的满意。我们不能轻视任何一位客人，也许客人的消费水平比较低，但不代表他的朋友或家人没有消费能力，只有他满意了才可能通过口碑效应取得更大的收益。相反，如果客人不满意，也会把负面效益很快的传播出去，这样带来的损失是不可估量和无法挽回的。坚守信念，机会只留给有准备的人。

通过以上案例，我们可以发现张勇之所以获得这次机会，是与他真正的理解服务的真谛，坚守着以服务为生命的信念而分不开的。否则，他也会象当台服务员一样，觉得两个人消费那么低，走就走了，那么再好的机会也就错过了。

>三、海底捞服务管理案例总结

自1994年在四川建立第一家门店以来，十几年的时间，海底捞已发展至北京、上海、西安等全国29个城市一百多家直营店，拥有四个大型现代化物流配送基地和一个原料生产基地。仅20\_年，海底捞就开出了17家门店，营业额近20亿元，拥有员工两万多人。“家文化”是海底捞变态服务的重要支撑，如今“家文化”却成为海底捞前进道路上的一个障碍。

然而，相比员工性质相似的富士康，海底捞工作待遇更低，劳动强度更大，服务质量要求却更高。80后和90后员工追求自由，具有更多个性化需求，与海底捞严格的“家文化”不符。因此，员工更可能产生心理压力、不满情绪、职业倦怠和报复行为，对企业来说存在相当大的管理难度。尽管此次前员工因其建议被企业采纳后，未获得奖励而敲诈50万元的事件可能是个案，但显示出海底捞的员工与企业关系并非如外界认为的那样紧密，与海底捞这种备受推崇的“家文化”似乎格格不入，海底捞再次陷入漩涡。

**倾听客户的声音范文大全 第五篇**

如前所述，重要的是不仅关注收集 VoC 数据，还要对数据进行分析。事实上，这一步被许多组织忽视了。他们精心设计了漂亮的调查问卷，并将其战略性地放在他们的数字渠道上，但仅此而已。没有后续的计划或方法来分析传入的数据，使其具有可操作性。

通过分析数据，你可以确定业务的重大突破口。例如，可以使用可定制的仪表盘后台，它帮助你可视化和捕捉数据中出现的趋势。或者利用文本分析，更多地了解客户数据背后的情绪和情感。

换句话说，你必须开始理解每一份数据的“叙述”。其中一些叙述将揭示客户和他们的体验趋势和/或模式。一旦你了解了背后的故事，这些数字就会对你有利，并帮助你做出针对每个客户的明智决定。

**倾听客户的声音范文大全 第六篇**

有一个奶制品专卖店，里面有三个服务人员，小李，大李和老李。当您走近小李时，小李面带微笑，主动问长问短，一会儿与您寒暄天气，一会儿聊聊孩子的现状，总之聊一些与买奶无关的事情，小李的方式就是礼貌待客。而大李呢，采取另外一种方式，他说，我能帮您吗?您要那种酸奶?我们对长期客户是有优惠的，如果气温高于30℃，您可以天天来这里喝一杯免费的酸奶。您想参加这次活动吗?大李的方式是技巧推广式。老李的方式更加成熟老到，他和您谈论您的日常饮食需要，问您喝什么奶，是含糖的还是不含糖的?也许您正是一位糖尿病人，也许您正在减肥?而老李总会找到一种最适合您的奶制品，而且告诉您如何才能保持奶的营养成份。老李提供的是个性化的沟通模式。

那么，您认为以上三种模式哪一种更适合贵公司呢?哪一种是最有效的方式呢?这三种模式之间的内在联系是什么?以下的调查也许与您的直觉不大一样。

其中一个问题是销售人员所使用的非语言服务是否始终与语言服务保持一致。如果二者是一致的，这三种模式就会起到非常好的效果。有些研究表明技巧推广式更能为企业带来效益。

但是，如果提供的语言和非语言服务信息不一致时，客户则倾向于相信非语言反映出来的服务信息。也就是说，如果销售人员被训练得看起来礼貌待客，但可能身体语言流露出了他内心里并不喜欢他的工作，也不喜欢与客户打交道，那么礼貌待客就失去了意义。同样，技巧推广式也会由于销售人员的不友善或漫不经心而达不到预期效果。只有个性化服务才能足以将语言及非语言信息完美结合，这是销售人员与客户因长期交流而建立起深层关系的缘故。

销售人员最重要的口头沟通是开场白和结束语。因为人们在沟通时易于记住刚开始和最后发生的事情。所以销售人员与客户沟通时，要特别注意开始时的礼貌寒暄和最后的结束语。

礼貌待客讲究即时应对，包括时间即时、空间即时和语言即时。所谓时间即时就是说向走进来的客户及时打招呼。如，只要客户向销售窗口走近1米之内，就要在5秒钟之内打招呼以便让客户感受到您的热情接待。空间即时就是在距离上接近客户。接近的程度要根据各地的文化背景不同而有所区别。语言即时就是客户以不同方式表示出有问题时，能够迅速应答，而不能说：“那不是我部门的事”或者“我不是您要找的人”，很小的语言差异往往导致完全不同的结果。所以最好使用积极的语言，如“咱们一起来看看是什么问题”，就比使用被动语言“这个问题是得琢磨琢磨”要有礼貌的多。

对于技巧推广式，调查人员列出至少15种以上的方式来掌握客户与销售人员的沟通技巧。如承诺、威胁、荣誉感、积极的尊重、消极的尊重等等，都与人性的弱点有关。销售人员要充分了解人性的特点并把它们融入到销售语言中，激发起消费者被喜爱，不能错过交易，眼光独到，时髦入流等心理期待。

调查显示：多数成功的推销用语都有如下规律：创造需求—引发兴趣—唤起欲望(通过任何一种人类需要)，最后是采取行动。

非语言信息在与客户沟通的过程中甚至可以影响客户的潜在情绪。如在鸡尾酒会上，那些笑容灿烂的服务员所得到的小费平均比微笑少的服务人员多几倍。同样，把找回给客户的零钱放在客户的手心里，或者客户买单时拍拍客户的肩膀同样可多拿10%的小费。接近客户，或者蹲下来与客户目光接触，同样会提高小费数目。

总之，个性化的沟通模式是最有效的模式，但却需要多培训多练习。而且，与其它模式一样，它的有效性也会由于销售人员不易察觉的歧视而大打折扣。对零售业的调查显示，肥胖客户，穿着不讲究者，与销售人员(如性别、人种、档次、年龄)不同者，还有具有挑衅性的客户都不会受到及时、礼貌的服务待遇。而对妇女的服务不如对男人来得快，对身体残疾的要好于身体健康的。所有这些均说明只有通过培训才能逐渐消除服务中的差异。

**倾听客户的声音范文大全 第七篇**

酒店行业已从粗犷发展阶段迈入精细化运营时代，舒服的床、干净的毛巾、丰富的早餐和如沐春风的微笑已成行业标配，不再能满足用户的个性化需求。酒店服务如何在由时间、地点、客人和关系构成的特定场景下，满足客人入住前、中、后的情感和态度需求，为客人提供实时、定向、创意的信息和内容服务，对树立品牌形象、提升转化率有良好助益。通过与客人的互动沟通，打造场景化营销是眼下各品牌酒店竞争的发力点。

在打造场景营销的今天，华住充分发掘、追踪和分析消费者的“场景暗示”，在用户行前、中、后每个环节充分挖掘触达用户的机会。“华住会APP”将科技与智能结合，大幅度提升服务效率，以速度提升服务品质；通过和上亿会员的情感深度交互，进一步完善用户体验。

场景1：“Hello华住”打造用户从下单到离店后的一系列服务场景

在入住酒店前，客人可能经历着对陌生地方的焦虑、生活习惯被打破的不安、旅途风尘仆仆的劳累和饥肠辘辘的煎熬，甚至航班取消或晚点的后续麻烦，如果酒店服务是有温度的、有感情的，那么一碗粥、一杯牛奶或许就可以抚慰客人焦躁不安的心灵，让他们游历他乡依然能够感受到家人般的温暖。

场景2：高品质的商务差旅服务

商旅客人追求时间和速度，排队办理入住和退房、等候发票打印，对于分秒必争的商务人士来说，这些无疑是在浪费生命，酒店的速度和效率是一场与时间的赛跑。华住运用数字化技术，优化酒店服务流程，提高华住酒店服务效率，为商旅用户提供便捷的出行体验。

场景3：“Hello华住”打造用户从下单到离店后的一系列服务场景

华住会APP设计简洁时尚、功能全面，以顾客需求为中心，只做对的服务和商品。

**倾听客户的声音范文大全 第八篇**

尊敬的各位领导，各位同仁；

大家好

我演讲的题目是‘学会倾听，学会理解，学会宽容’，万事德为先。一个师德高尚的教师必然具有高标准的行为准则和高度的工作责任心，他的日常教育教学工作，必须十分到位。师德决定师风。随着现代社会分工的发展和专业化程度的提高，市场竟争日趋激烈，整个社会对教师的职业观念和态度、职业技能与素质、职业纪律与作风的要求越来越高。

那么如何培养教师高尚的职业道德呢？

作为一名教师，应大力实践以“依法执教、爱岗敬业、热爱学生、严谨治学、团结协作、尊重家长、廉洁从教、为人师表、严师益友”为主要内容的教师职业道德。加强自身学习，不断提高政治素质、法律意识和业务水平。

作为一名教师是光荣的，教师对人才的培养和文化科学的发展，起着重大的作用。要做好教师工作，首先必须具有高尚的师德。学校是进行系统道德教育的重要阵地，肩负着培养国家和民族未来的重任。教师则是学校落实以德治国方略，推进素质教育的实施者，是学生知识增长和思想进步的指导者和引路人。在当代，教师只有从根本上掌握师德的本质，才能站得高，看得远，才能树立较强的事业心和社会责任感。

实践证明，一个受到良好责任教育且有责任意识的教师，比没有责任感的教师进步要快，而且在人生道路上也较易有所作为。责任感强的教师，既能给学生以战胜困难的勇气和智慧，又能帮助学生不断修正前进的方向。因此，加强教师职业道德修养，必须从“责任”二字做起。对自己应负的责任认识得越早，越能健康快速成长，也会在履行责任中实现自己的人生价值。

师德师风建设，重在点滴，重在落实，重在自身教育，重在与时俱进。我们既要反对片面强调“师道尊严”的思想，又要反对经验主义和教条主义。新课程改革已全面铺开，其主要理念就是“以学生为本”，关注学生的主体地位，而尊重学生、关爱学生、平等对待学生，是师生和谐相处的重要前提。尊重是相互的，而不是靠传统的家长制式强压得来的。学生是有自己思想和行动自由的独立个体，被平等对待是一大愿望，能得到老师的嘉奖对学生是极大的鼓励。教师面对的不是冷冰冰的产品，而是一个个有着鲜活生命、正在茁壮成长的孩子。严格并不是苛责。教师的七情六欲不能随意发泄在学生身上，体罚是一种无能的教育。受学生欢迎的教师具有这样的品格：尊重学生的人格，理解信任学生。从尊重学生出发，建立新型的现代师生关系，教师要进行必要的角色转换，要学会倾听，学会理解，学会宽容，成为学生成长的伴侣。

我的演讲完毕，谢谢大家！

**倾听客户的声音范文大全 第九篇**

最近一公司在做权限服务，其中的设计可以作为反面案例好好学习下。

大概背景是这样的，公司有大几十部分，员工大概有1W人，因为每个部门都要用到权限，因此准备做一个权限的服务，封装权限的相关功能。

相关数据库设计如下（不是所有字段）：

用户权限表

userId, roleId

资源表

resourceId, resourceUrl, resourceName

角色表

roldId, roleName

角色权限表

roldId, resourceId

这是一个标准的权限模型，用户和角色绑定，角色和权限绑定。

前面说了这个服务是给整个公司所有人员用的，为了解决性能问题，设计的同学憋了个大招，>每个业务系统把上述表自己同步回去，然后通过MQ发送数据的修改情况。

看完这个设计，瞬间晕倒。

**倾听客户的声音范文大全 第十篇**

>【培训对象】

药店经理、药店店长、服务人员、销售代表、市场部及相关工作人员

>【课程背景】

一个品牌的成长壮大或许需要几年甚至几十年的辛勤努力，但是一个品牌的倒塌也许仅在一瞬间，可能仅仅因为一个小环节、一次危机没有处理好。

近年来，企业品牌危机频频爆发，令人扼腕叹惜!三鹿的“奶粉事件”、锅王胡师傅“无烟锅虚假宣传事件”、LG的空调“翻新事件”、西门子“贿赂丑闻”、肯德基的“苏丹红一号”事件、宝洁的“SK-II事件”、雀巢的“碘超标事件”、“欧典事件”等等……

当今客户极之情绪化，故意挑剔我们的产品，指责我们的服务，近乎无理取闹!他们的“不满意”比什么都重要，却总是在我们的意料之外!当客户的投诉排山倒海塴然而至，我们就难免惊慌失措，狼狈不堪!如何从容不迫应对处理客户的投诉，将危机巧妙转化，化险为夷、化敌为友，是优秀客户服务、销售人员必备素质。客户服务已成为企业塑造持续竞争优势的核心抓手;拥有持续竞争优势的企业的员工也能从战略层面以深邃的客户需求先见能力而征服客户、傲视群雄;打造一流的客户服务能力已成为企业竞争的新焦点;而客户的不满、抱怨、投诉是企业与客户接触的核心环节，更是企业能否通过客户服务水平提升走向辉煌的分水岭;塑造五星级客户服务体系，提升员工客户服务技巧是提升企业整体服务水平的关键。

>【课程收益】

研讨客户会投诉的原因

客户投诉的几种类型

处理投诉的方法与策略

讨论顾客服务中的投诉处理，以及服务危机对策

了解消费者保护法的相关规定，走进投诉现场，进行角色扮演

只有超越客户期望的客户服务才能造就客户忠诚。

帮助学员更好的了解和理解客户。

了解客户服务技巧和原则

善于从过失中尽快恢复并总结教训。提高应变处理投诉问题的能力，并借机把潜在的客户

抱怨转成公司致胜的机会

>【课程大纲】

一、培养积极主动的服务意识

破冰行动：认识你、我、他

讨论：现代竞争领域分析

分享：什么是服务意识?

练习：优质的客户服务表现

测试：服务水平的衡量指标，查查你现在的服务水平

小组研讨：客户为何不满?

二、构建一流的客户服务体系

1)分享：构建一流的客户服务体系--完善的的客户服务体系是整体服务潜力发挥的可靠保障

2)练习：小组拼词汇

3)案例分析：客户服务体系的框架与案例

4)小组研讨：著名企业的客户服务体系案例研讨

5)分享：优化服务流程

不同意义下的服务流程含义

服务流程优化的主要途径和要点

6)案例分析：海尔服务模式

7)分享：提升服务标准

8)讨论：服务标准由谁决定

我的行为如何影响服务标准

9)分享：服务标准提升的方向

服务标准提升与完善的机制保障

10)分享：控制服务质量

影响服务质量控制的四个环节

服务质量评估的基本方法

看看我的行为是如何影响服务质量的

11)现场演练：问题导向

三、客户满意度与忠诚度管理

1)分享：影响客户满意度的三个原因：

产品/服务与客户需求之间匹配的程度(match);

产品/服务本身的质量(quality);

价格(price)。

2)讨论：客户满意度提升与客户服务的密切关系。

3)分享：客户挽留策略。

建立客户忠诚度的核心纽带。

忠诚客户到客户忠诚。

确定客户忠诚的评价标准。

4)案例参考：雪津客户满意度报告

5)练习：品牌忠诚度与关系忠诚度测量。

6)分享：客户忠诚分类与价值差异分析。

保持培育客户忠诚度的管理。

客户流失的预警信息分析。

7)案例研讨：联想客户满意度分析

四、了解并超越客户的期望才有可能造就客户忠诚

1)案例研讨：ALLNE店的客户期望分析

2)分享：

学会打破客户交往的平衡，不断超出客户的期望值;

只有超越客户期望的服务才造就忠诚的客户;

3)讨论：如何了解客户的期望值

4)案例分析：肯德基的客户期望值管理

五、客户服务人员的能力提升

1)游戏：客户到底要买什么

2)角色演练：6个服务情景演练

3)分享：服务代表的\'能力

A-- Authority Action

E-- Education

H-- Humor

L-- Listen

N-- Needs

P-- Passion

S-- Service Smart Smile & Speech

4)分享：

客户服务代表的素质---3H1F

Head Heart Hand Foot

六、电话沟通的技巧

1)讨论：电话沟通前的准备工作

电话沟通的一般流程

2)分享：接电话的技巧

3)案例分析：

呼叫中心的电话接待

拨打电话的技巧

优质电话服务

接待客户的技巧

客户服务的3A技巧：态度-Attitude(礼仪)、方法-Approach(语言)、表现-Appearance(外观)

4)分享：语言表达技巧

5)研讨练习：

客户服务过程中常见场合下的应答

选择积极的用词与方式

善用“我”代替“你”

6)分享：

倾听的技巧

抱着热情与负责的态度来倾听

倾听时要避免的干扰

做一个主动的倾听者

7)案例：冰淇淋与汽车启动的故障

8)分享：推荐的技巧

9)游戏：难缠的客户

七、认识和应对客户流失问题

分享：衡量标准在客户手中

练习：运用

系统观察、积极聆听、神秘购物、焦点小组以及反馈卡等方法来检测客户满意、期望

体会：把客户从“冷漠区”引向“忠诚客户圈”价值;

八、企业服务品牌

1)分享：优质的客户服务是最好的企业品牌

2)讨论：客户服务对于一个企业有什么意义?

3)分享：

只有出色的客户服务才会使你具有超强的竞争力

牢固树立服务品牌。

创造企业品牌

4)案例分析：DELL

5)分享：

服务品牌是防止客户流失的最佳屏障

客户叛离是一种严重的传染病

客户叛离的最佳疗法--“以客户为中心”

老客户=更少的费用

老客户=丰厚的利润

行动计划

**倾听客户的声音范文大全 第十一篇**

优质服务小故事【篇一:优质服务小故事】在泰国曼谷,清晨酒店一开门,一名漂亮...范文三:优质护理服务,从小事做起,从感动患者做起 为贯彻落实 20\_ 年全国、...请看案例:联合国的一位亲善大全去了非洲的一个国家,回来后他 就宣称那里......

景区服务案例——无言的感动 无言的感动 20\_ 年 6 月 17 日,我接待了一位特殊的游客,让我感触颇多,现在我就跟 大家分享一下发生在我身上的一件小案例。 6 月 17 日中午我值班,天气炎热,正值周末,游客特别多,站在岗上,听 着......

顾客想吃家乡菜贴心服务案例小故事(服务员用心做事小案例) 一天,一个由 32 位...

最新服务案例小故事3篇精选。中午 12 时许,导游与客人回店办理退房手续。小林即...

餐饮感动式服务案例 3 篇 餐饮感动式服务案例 3 篇 篇一:酒店细微的服务让客人感动案例 20\_ 年 4 月 9 日,吴美霞在检查 4509 房间时,看到共两位女士于是将浴袍换 成两件女士的,客人喜欢吃水果,便为客人准备了些,并准备了黄瓜......

**倾听客户的声音范文大全 第十二篇**

敬爱的老师，亲爱的同学们：

早上好！

今天我在国旗下演讲的题目是《学会倾听》。

先和大家分享一个小故事：有个小国的使者到中国来，进贡了三个一模一样的金人，把皇帝高兴坏了。同时使者提出一个问题：这三个金人哪个最有价值？皇帝想了许多办法，请来珠宝匠检查，称重量，看做工，三个金人都是一模一样的，怎么办？泱泱中国，不会连这个小事都不懂吧？最后，有一位老大臣说他有办法。老臣胸有成竹地拿着三根稻草，插入第一个金人的耳朵里，这稻草从另一边耳朵出来了。第二个金人的稻草从嘴巴里直接掉出来，而第三个金人，稻草进去后掉进了肚子，什么响动也没有。老臣说：第三个金人最有价值！使者默默无语，答案正确。

这个故事告诉我们，最有价值的人，不一定是最能说的人。上帝给我们两只耳朵一个嘴巴，就是让我们多听少说的。善于倾听，是我们应具有的基本素质。学会倾听，虽然只有四个字，缺包含了深刻的：倾听，就是细心听取，要求听的人保持谦虚的态度，明确说话人的的意思，并及时应对，以培养良好的倾听习惯。当我们具备了出色的倾听能力，就能在课堂上与老师精彩互动，提高学习效率。

请同学们大声的跟我说：养成倾听习惯！学会倾听！

我的演讲结束了，谢谢大家！

**倾听客户的声音范文大全 第十三篇**

一、评选方式

餐厅部设立《个性化服务案例记录本》，将每天发生的个性化服务记录下来。每月统计一次。由餐厅根据记录个性化服务次数（10次以上）及质量评出，总办、企管复核当月“个性化服务明星”一名。

二、奖励办法

由经理在月度员工例会上宣布名单，通报事迹，给予表扬并奖励现金60元。同时作为优秀员工候选人。

>销售状元

一、评选方式

高档酒水促销每月由餐厅部提供统计资料，财务、企管复核，总经理批准。

二、奖励办法

部门表彰并发放奖金60元。

>先进标兵

一、评选方式

当月无客人投诉，受表扬最多，无任何违纪行为，民主测评最高分者为餐厅部业务标兵。餐厅上报材料，总办、企管复核，总经理批准。

二、奖励方式

奖励现金50元并作为优秀员工候选人。

>日常激励

一、客人对服务提出赞扬

每次每案例奖励5-10元并记入《餐厅部案例记录》。案例上报企管审核后发放奖金。

二、客人对服务提出投诉

每次每案例罚款5-20元并记入《餐厅部案例记录》。情节严重者根据酒店损失情况加重处罚。案例上报企管审核后现金处罚。

三、亲情化（个性化）服务

案例由餐厅部提报，上交企管部复核后每次奖励5-10元。

>拾金不昧

每次拾金不昧事迹由餐厅部提报，上交企管复查后根据情况给予奖励5-30元。

>员工激励话语

1、股票有涨有落，然而打着信心标志的股票将使你永涨无落。

2、障碍与失败，是通往成功最稳靠的踏脚石，肯研究、利用它们，便能从失败中培养出成功。

3、行动是成功的阶梯，行动越多，登得越高。

4、如果我们做与不做都会有人笑，如果做不好与做得好还会有人笑，那么我们索性就做得更好，来给人笑吧！

5、不要等待机会，而要创造机会。

6、失去金钱的人损失甚少，失去健康的人损失极多，失去勇气的人损失一切。

7、伟大的事业不是靠力气、速度和身体的敏捷完成的，而是靠性格、意志和知识的力量完成的。

8、如果要挖井，就要挖到水出为止。

9、如果你希望成功，以恒心为良友，以经验为参谋，以小心为兄弟，以希望为哨兵。

10、积极者相信只有推动自己才能推动世界，只要推动自己就能推动世界。

11、环境永远不会十全十美，消极的人受环境控制，积极的人却控制环境。

12、金钱损失了还能挽回，一旦失去信誉就很难挽回。

13、忍别人所不能忍的痛，吃别人所不能吃的苦，是为了收获别人得不到的收获。

14、贫穷是不需要计划的，致富才需要一个周密的计划——并去实践它。

15、拥有梦想只是一种智力，实现梦想才是一种能力。

16、没有人富有得可以不要别人的帮助，也没有人穷得不能在某方面给他人帮助。

17、生命之灯因热情而点燃，生命之舟因拼搏而前行。

18、相信就是强大，怀疑只会抑制能力，而信仰就是力量。

19、这个世界并不是掌握在那些嘲笑者的手中，而恰恰掌握在能够经受得住嘲笑与批评仍不断往前走的人手中。

20、成功的法则极为简单，但简单并不代表容易。

21、恐惧自己受苦的人，已经因为自己的恐惧在受苦。

22、当一个人先从自己的内心开始奋斗，他就是个有价值的人。

23、智者一切求自己，愚者一切求他人。

24、推销产品要针对顾客的心，不要针对顾客的头。

25、每一日你所付出的代价都比前一日高，因为你的生命又消短了一天，所以每一日你都要更积极。今天太宝贵，不应该为酸苦的忧虑和辛涩的悔恨所销蚀，抬起下巴，抓住今天，它不再回来。

26、最重要的就是不要去看远方模糊的，而要做手边清楚的事。

27、两粒种子，一片森林。

28、成功的信念在人脑中的作用就如闹钟，会在你需要时将你唤醒。

29、失败是什么？没有什么，只是更走近成功一步；成功是什么？就是走过了所有通向失败的路，只剩下一条路，那就是成功的路。

30、成功需要成本，时间也是一种成本，对时间的珍惜就是对成本的节约。

31、目标的坚定是性格中最必要的力量源泉之一，也是成功的利器之一。没有它，天才也会在矛盾无定的迷径中徒劳无功。

32、为明天做准备的最好方法就是集中你所有智慧，所有的热忱，把今天的工作做得尽善尽美，这就是你能应付未来的唯一方法。

33、知识给人重量，成就给人光彩，大多数人只是看到了光彩，而不去称量重量。

34、肉体是精神居住的花园，意志则是这个花园的园叮意志既能使肉体“贫瘠”下去，又能用勤劳使它“肥沃”起来。

36、一个能从别人的观念来看事情，能了解别人心灵活动的人，永远不必为自己的前途担心。

37、没有一种不通过蔑视、忍受和奋斗就可以征服的命运。

38、一个人最大的破产是绝望，最大的资产是希望。

39、每一个成功者都有一个开始。勇于开始，才能找到成功的路。

40、行动是治愈恐惧的良药，而犹豫、拖延将不断滋养恐惧。

41、每一发奋努力的背后，必有加倍的赏赐。

42、如果不想做点事情，就甭想到达这个世界上的任何地方。

43、人的才华就如海绵的水，没有外力的挤压，它是绝对流不出来的。流出来后，海绵才能吸收新的源泉。

44、生命对某些人来说是美丽的，这些人的一生都为某个目标而奋斗。

45、只有千锤百炼，才能成为好钢。

46、人生舞台的大幕随时都可能拉开，关键是你愿意表演，还是选择躲避。

47、在你不害怕的时间去斗牛，这不算什么；在你害怕时不去斗牛，也没有什么了不起；只有在你害怕时还去斗牛才是真正了不起。

**倾听客户的声音范文大全 第十四篇**

优质服务是沟通企业和客户的桥梁，为了深入开展和落实七项电力惠民行动，20XX年一季度我所加强了优质服务的管理工作，以“优质、方便、规范、真诚”为行动指南，实行24小时值班制度，随时随地为客户排忧解难，一季度共接到报修客户121户，按报修承诺规定处理121户，完成承诺率100%，免费为客户更换灯头，开关，插座等电器设备78余人次，免费为客户安装更换家用保护器59余台，我所为武连镇39余户用户，无偿迁移表计，得到了政府和群众的表扬，为广大电力客户提供了安全可靠电力保障。

客户服务部人员着装统一，使用文明用语礼貌待人，做到来有迎声，问有答声，走有送声，为了监督我所各项工作，还专门聘请7位在当地有威望的人做为我所行风监督员，随时随地监督我所各项工作，做到了一季度无客户投诉事件的发生。

2月3日绵阳电业局对我所进行了优质服务明查暗访检查。其中暴露存在的主要问题：服务意识仍然不强、员工安全意识淡薄、环境卫生差。通过此次事件我所立即组织全体员工认真学习本通报，加深员工对本次事件的认识，让全所员工牢固树立大局意识和服务意识，增强员工的工作责任心，加强责任意识和规则意识的培养，认真履行各自工作岗位职责，要将优质服务工作作为一项长期的、实效性的重要工作来抓，要从标准、效率、责任等关键环节入手，优化工作流程，健全问责制度，和优质服务事件说清楚制度，切实把改善服务质量从营业窗口延伸贯穿到所内管理的全过程，我所指定专人每天负责对营业厅、抢修值班等优质服务工作开展情况、人员履职情况进行检查，并做好详细的检查记录备查。

加强窗口建设，坚持“人民电业为人民”的服务宗旨，我所窗口服务人员严格执行《营业厅服务规范操作手册》的相关要求，如：起身相迎、起身相送、双手递接、先外后内、办一安二招呼三等。实行“一口对外”，做到进一次门，找一个人，交一次费，确保一次办成。不论是电力报修还是用电服务，电力投拆还是电力咨询，都做到“只要一个电话，余下的事情由我来办”的服务标准，大大的方便了用电客户。

我所客户服务窗口设在临时板房，在临时服务营业窗口按电业局（20xx）4号文的要求步入正轨，各种标示牌齐全规范，为方便客户及时了解安全用电知识，在临时营业厅摆放了各种宣传资料以及便民设施。供电所人员服务水平、业务素质都有了进一步提高，为客户提供了优质、方便、快捷的服务。

总之我所在加强内部员工管理的基础上，服务质量达到了较好的成绩。我们的成绩得到了当地政府的肯定和广大用电客户的称赞。我们将在以后的工作中在接在励把优质争取做到最好。

**倾听客户的声音范文大全 第十五篇**

再回到案例里，这么设计本身是为了解决性能问题，其实解决性能问题有很好方案，如缓存，即将权限数据保存到分布式缓存或本地JVM缓存，则TPS上到6，7K应该问题不大。

像上面这样设计为带来很多问题：

1、复杂的数据同步机制

消息的顺序性如何保证，实际情况可能是先将一个用户的权限添加，后来发现加错了需要删除，可能要发送2条消息，如果消息中间件无法保证顺序性，这个将会加大工程量。

2、逻辑的分散

因为权限服务没有对业务逻辑收拢，导致逻辑由每个业务系统自己实现，后续如果要做些调整，需要和每个业务系统调整逻辑并且上线，即因为权限服务的变化导致调用方的修改，估计每一次上线都是恶梦。

3、数据的安全性

因为权限数据到处复制，所以所有人的权限都可以看到，这个包括一些BOSS级别，如果数据库相关流程设计不好，每个业务系统都可以看到所有人的权限，很有可能泄漏敏感数据。

**倾听客户的声音范文大全 第十六篇**

各位老师们，同学们：

大家早上好！今天我演讲的题目是《学会倾听》。

古希腊先哲苏格拉底曾说过“自然赋予人类一张嘴，两只耳朵，也就是让我们多听少说。”生活中，有魅力的人一定是一个倾听者，而不是滔滔不绝，喋喋不休的人。

>善于倾听，是成熟的人最基本的素质。

倾听有着非凡的价值。倾听是一种最积极学习的心态。倾听还是提高智商的重要途径。倾听也可以使你获取更重要的知识信息。倾听可以使你获得友谊和信任。

听与倾听是不同的。听，即所谓的听觉。倾听，则是指凭借听觉器官接受语言信息，进而通过思维活动达到认知，理解的全过程。

在我们获得学习生活中，经常“说”，但更常“听”。但是，我们真的学会了倾听，懂得听的艺术了吗？相信很多人都有过这样的经历：你在和某人闲聊时，另外的人突然插嘴。导致你们不得不结束你们那未完成的谈话，而等他说完后，你们很可能已经忘了自己想说或已经说过的话。还有一种情况，那就是：当你在当众发表自己的见解时，下面的人在不停地唧唧喳喳，丝毫不理会你的感受，让你很是难堪。当被人没有倾听你所说的话时，你是否感到十分气愤、不舒坦呢？我相信——绝大多数的人的答案会是肯定的。还记得在开学典礼上，阮校长的讲话多次被下面讲话的同学打断，这是不尊重他人的表现，是不懂得倾听他人的表现。

在东高，同学之间需要学会倾听，学习倾听彼此的的想法才能更好的沟通与交流；同学与老师之间需要学会倾听，课堂上抓住老师讲的重点，尊重老师的辛勤付出。

所以，从现在起，我们要学会多站在别人的立场想想，学会倾听，学会听的艺术，学会做人最起码的礼貌。

也许有人会问：“什么是听的艺术？”我给的答案是：“当你听到别人说话时，你真的听懂他说的意思了吗？如果不懂，就请听别人说完吧，这就是听的艺术。”请切记：听话不要听一半；不要把自己的意思强加到别人所说的话上。如果你能做到我所说的，那么，恭喜你，你已经学会倾听了。

会倾听的心，要有大的空间，除了容纳自身，还要接纳他人。会倾听的心，要有对人的真诚，因为听懂的那一刻，你将把心灵至尊的位置，让给他人。会倾听的心，是温暖的，让人感到同学情谊浓浓的温馨。会倾听的心，是坚强的，因为它会用自已顽强的意志，战胜爱做小动作，随便说话的毛病。会倾听的心，是有一个人素养的体现，是一个人素质与胸怀的象征。会倾听的心，是不可战胜的，是吸取别人之精华为我所用，是站在巨人肩上看世界的人。

让我们每一个人都学会倾听！

**倾听客户的声音范文大全 第十七篇**

亲爱的老师们、同学们：

大家早上好!

今天我国旗下讲话的题目是《学会倾听》。

每个人都有耳朵，每个人都会用耳朵去听别人讲话。可谁能认真地听，谁又能用心地听呢?

曾经有一份杂志做过一份调查报告：什么样的人最受欢迎?答案是会倾听的人占了50%以上。的确，倾听别人的讲话是一种享受，更是一种对他人的尊重。试想：在我们说话时，谁会希望没有一个人倾听他的话语呢?

倾听是一缕清风，飘过天空，悠过溪涧，让我们倾听大自然的溪韵海啸;倾听是黑夜中划过的流星，如同你在百般寂寞之时，身边忽然多了一个人予以你安慰和鼓励;倾听是春天的嫩芽，给人带来活力与希望;倾听是一朵永不凋谢的花，它为人们赢得了人与人之间的信任。

这世上有很多忙人，他们虽然眼睛看不见，可他们却一直都在用耳朵倾听，用心感受大自然的美好。鸟儿的啼叫，泉水的丁冬，风儿的呼啸……他们无时无刻不在倾听。

人生就像一首乐曲，有快乐的音符也有悲伤的音符，我们要学会倾听这些音符，去认识这些音符。

同学们，学会倾听吧!让善于倾听的美德在你我之间传递开来，让倾听的花朵，开满整个校园!

谢谢大家!

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！