

转变思路！让顾客回访电话一打一个准

原创 2016-09-18 梁显辉 药店人



转载请注明作者与来自第一药店·药店人 (yaodianren520)



在各种沟通方式中，电话沟通约占83.3%。在各方条件的影响下，零售药店在做电话回访这一板块越来越重视，但是经常由于门店准备工作不足，技巧缺失，人员素质较低等因素，促销内容大于服务内容，过于功利性，致使顾客对我们的回访电话越来越反感。我们不妨从以下几点出发，重新定义我们的沟通策略，让沟通效率不断提起来。

一、掌握顾客基本资料，梳理顾客群，制定不同人群的沟通策略

- 1.对每次回访的顾客背景资料，近期消费情况要有初步了解，通过基本资料寻找沟通突破口。
- 2.把需要做电话回访的进行分类，制定不同人员的沟通策略。

人群分类	沟通侧重点	沟通策略
	*服务质量如何，有什么意见和建议。 *平时都需要哪些商品，大致数量如何。	

消费金额高的会员	*下次需要什么商品，大致什么时间再次购买。 *再次叮嘱顾客商品的正确使用办法和储藏条件。 *在商品快要服用完毕时，询问服用效果，是否还需要订。购此类商品，提前为顾客备货或送货上门	次数尽可能少，每次通话简而精，选择服务态度好的专人负责
消费频次高的会员	*是否需要提供上门送药服务，减少购物频次。 *帮助顾客梳理购物清单，为顾客提供一些购物攻略，帮助顾客省钱。	约见顾客尽量面谈
门店里面有宣传口碑的会员	*新产品、新服务项目、最新营销活动等体验邀请他来参与，并且给予超值的体验感。 *邀请他参加会员发展、会员活动组织、免费讲座、会员政策修改、顾客问卷调查、公司年会、公益活动代表等活动邀请他来组织或参与。	把活动、体验的价值一定要塑造出来
投诉咨询的会员群体	*投诉或咨询的内容，想得到什么样的结果。 *回访投诉或咨询的进展如何，满意度如何，还有什么要求。 *投诉或咨询的处理结果如何，满意度，鼓励顾客多提宝贵意见。	1.迅速反应，积极协调 2.承诺无比兑现 3.积极反馈沟通结果 4.规定时间内必须给顾客答复
特殊群体	1.投诉和咨询的顾客群体，应以尽快原则处理。例如有的企业设定24小时/48小时处理原则。 2.需要特殊服用的药物，需要特殊叮嘱的药品，给顾客发错药的这类事情要以最快的时间对顾客进行回访。	1.第一时间向顾客承认错误，并迅速给出解决办法 2.约定时间尽可能当面致歉
新会员	1.产品使用方法、使用效果。 2.店内体验、服务态度。 3.会员特权、免费服务项目告知。	三次“朋友”关系的建立：首次购药后，服药期间和服用完后，健康指导和服务关心
慢病用药顾客	1.用药效果跟踪指导。 2.定期服务电话提醒。 3.健康养生知识传递。 4.心理健康辅导。	1.定期检查回访跟踪 2.约定时间，上门定期回访 3.逢年过节给予电话祝福 4.常与顾客聊天
购买疗程用药顾客	1.正确安全使用效果回访。 2.疗程用药效果追踪。 3.健康养生知识指导。	三次“专家服务”形象的建立：首次购药后，服药期间和服用完后，正确使用方法和疗效跟踪服务
购买大健康产品顾客	1.坚持使用、定期保养、安全储藏回访。 2.正确使用，效果回访。 3.心理健康辅导。	“贴心售后服务”跟踪：首次购买后——安装指导，服用指导 以后每月定期回访，最少持

续半年

二、选择合适的人，合适的时间，合适的沟通顺序

- 1.对门店人员的沟通水平进行评估，首先把个人最熟悉的顾客交给个人，剩余的顾客进行分类后按照沟通能力的强势进行合理分配名额。
- 2.一般选择星期二到星期四，早晨的9：00~11：00，下午3:00~6:00与顾客进行沟通比较合适。当然也要根据不同职业选择不同的时间。
- 3.客服人员在做电话沟通时应按照以下顺序比较合理：自己熟悉的顾客、重点顾客——自己熟悉的非重点顾客——不熟悉的重点顾客——不熟悉的非重点顾客。

三、掌握沟通技巧，做好回访记录

1 掌握沟通技巧

首先要确保我们回访的内容是健康的、有价值的信息。

如果我们的电话回访工站在顾客的角度考虑问题，给予有价值的增值服务，例如提供合理的购物指南，提供便捷服务，安全用药指导和温馨提示，健康养生知识，问题处理意见和建议.....顾客是不会介意的，而且非常欢迎你的下次来电。

其次，要有所准备。

- 个人声音、语气、语速、心态、沟通环境、沟通计划、问题记录本都要提前做好。
- 交流过程中记录顾客提供的有价值的信息，提出的问题。
- 记录下自己给顾客答应的事情和解决时间。
- 沟通过程中提前做好“诱饵”，为下次与顾客沟通做好铺垫，尽可能双方约定好具体沟通时间。
- 回访结束时，应谦卑地说声：耽误您时间了/影响您工作了/影响您休息了/给您带来的不便，还望谅解。等顾客挂完电话后，我们再挂电话。给顾客留下美好的印象。

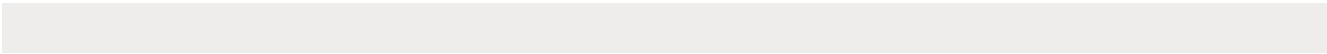
2 做好回访记录

每次回访的时候都要有计划，有目标地进行。在沟通过程中身边准备好顾客回访记录表和笔，对沟通中顾客反应的重点信息进行记录，对自己在沟通过程中承诺的事情进行记录。

姓名		性别		年龄	
联系方式		会员卡号		服务人员	
顾客基本情况	1.社会背景：工作单位、收入情况、家庭背景等。 2.主要疾病： 3.购买习惯：消费金额、消费频次、消费产品分析 4.主要回访内容：				
回访时间	回访内容	顾客意见和建议	备注	下次回访时间	
第一次					
第二次					
第三次					
.....					

所有的营销，攻心为上。只有赢得了顾客的心，长期与顾客保持良好的“朋友/伙伴”关系，我们与顾客沟通的内容才不会显得那么生硬，让人反感。

对顾客进行分类管理，掌握每个顾客的购物心理，制定不同的沟通策略，再添加上合适的沟通技巧，让顾客的满意度提高是相互信任的基础。此项整体推广难免有难度，各企业各门店要分阶段分策略去完善，扎扎实实去推荐，而且要做好新老员工、离职、转岗、调动等相应会员工作的交接工作。转变思路，攻心为上，无铺垫不推销，这样我们的会员回访工作才会高效，带来收益。



专/属/“药店人”/的/圈/子



长按拇指关注



发送#精品#到药店人公众号，
多篇精品文章任您看