



用于国家职业技能鉴定

国家职业资格培训教程

助理呼叫服务师

HJFWY

(国家职业资格三级)

中国就业培训技术指导中心组织编写



中国劳动社会保障出版社



用于国家职业技能鉴定

国家职业资格培训教程

助理呼叫服务师

(国家职业资格三级)

编审委员会

主任	于法鸣	刘康	田小宝				
副主任	陈李翔	宋建	张永麟	靳克	王传颂		
委员	陈宇英	王竞	陈蕾	张	伟		
	熊英	徐惟奋					

本书编审人员

主编	王竞				
副主编	王传颂				
编者	蒋晶君	董继农	杜历辉	冯文娜	李科伟
主审	李宝民				

图书在版编目(CIP)数据

助理呼叫服务师：国家职业资格三级/中国就业培训技术指导中心组织编写. —北京：中国劳动社会保障出版社，2008

国家职业资格培训教程

ISBN 978-7-5045-7159-5

I. 助… II. 中… III. 电话业务-技术培训-教材 IV. F626.13

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 086485 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码：100029)

出版人：张梦欣

*

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷装订 新华书店经销
787 毫米×1092 毫米 16 开本 10.25 印张 176 千字

2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷

定价：20.00 元

读者服务部电话：010-64929211

发行部电话：010-64927085

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话：010-64954652

前 言

为推动呼叫服务员职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在呼叫服务员从业人员中推行国家职业资格证书制度，中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准·呼叫服务员》（试行）（以下简称《标准》）制定工作的基础上，组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家，编写了呼叫服务员国家职业资格培训系列教程。

呼叫服务员国家职业资格培训系列教程紧贴《标准》要求，内容上体现“以职业活动为导向、以职业能力为核心”的指导思想，突出职业资格培训特色；结构上针对呼叫服务员职业活动领域，按照职业功能模块分级别编写。

呼叫服务员国家职业资格培训系列教程共包括《呼叫服务员（基础知识）》《呼叫服务员（国家职业资格四级）》《助理呼叫服务师（国家职业资格三级）》《呼叫服务师（国家职业资格二级）》《高级呼叫服务师（国家职业资格一级）》5本。《呼叫服务员（基础知识）》内容涵盖《标准》的“基本要求”，是各级别呼叫服务员均需掌握的基础知识；其他各级别教程的章对应于《标准》的“职业功能”，节对应于《标准》的“工作内容”，节中阐述的内容对应于《标准》的“技能要求”和“相关知识”。

本书是呼叫服务员国家职业资格培训系列教程中的一本，适用于对助理呼叫服务师的职业资格培训，是国家职业技能鉴定推荐辅导用书，也是助理呼叫服务师职业技能鉴定国家题库命题的直接依据。

本书是在中国劳动保障科学研究院的大力支持下完成的。与此同时，在编写过程中得到了北京市政府信访办、北京建行客户服务中心以及九五太维资讯公司等单位的大力支持与协助，在此一并表示衷心的感谢。

中国就业培训技术指导中心

目 录

CONTENTS

国家职业资格培训教程

第一章 受理与处理诉求	(1)
第一节 应答诉求	(1)
第二节 处理诉求	(26)
第三节 信息管理	(61)
第二章 呼出	(84)
第一节 回访	(84)
第二节 询访	(103)
第三章 统计分析与应用	(120)
第一节 统计	(120)
第二节 应用	(146)

第一节 应答诉求



学习目标

- 掌握影响倾听的因素。
- 掌握异常诉求的受理方法，能够控制诉求过程，并受理异常诉求。
- 掌握与情绪异常客户交流和引导的技巧，能够与情绪异常客户进行交流并予以引导。



相关知识

一、异常诉求的定义

诉求是投诉、需求或要求，是客户、公民对提供的服务或产品等提出的投诉要求等。

所谓异常诉求是指客户因非正常情况产生的不满而引起的诉求，如客户来电时间超长，通话中故意纠缠不挂断电话；客户对所能提供的服务或补偿不满，超出合理范围；客户对诉求解决时间要求紧迫，请求立即处理；客户来电中情绪激动失控、言语粗俗，以及客户无理取闹等情况产生的诉求。它可能发生在诉求的各种类型中，在实际工作中较为常见的是与客户利益关系密切引发的诉求，如对提供的产



品、服务或对回复意见不满产生的诉求。

二、异常诉求的类型

异常诉求根据产生的原因和内容不同，一般可以分为以下几类：

1. 因产品质量引起的异常诉求

因产品质量问题与事先承诺的标准存在差异较大而产生的诉求，经核实按正常流程和处理意见回复客户后，客户不满意并提出超出合理范围的要求。

（1）产品品质缺陷

如食品在有效期内变质、银行储蓄卡在正常使用情况下很短时间内出现消磁等，在接受上述诉求后，按照相关规定为客户提供产品退换或给予相应补偿，但客户仍不满意。

（2）产品标签模糊

如受理因未注明生产厂家、出厂日期、有效期、三包范围或注意事项不明确等诉求后，根据规定按照市场同类产品为客户进行退换、维修或补偿，但客户仍不接受。

2. 因服务质量引起的异常诉求

由于呼叫服务员采取的方式、态度不当以及个人行为不良引起的客户诉求。

（1）呼叫服务员服务方式不当

1) 让客户长时间在电话音乐中等待，或即使有人接听，由于系统原因使客户被转来转去。

2) 缺乏沟通能力。无法使用正确恰当的问候语，说话不够婉转，口气生硬。

3) 不顾客户的需求和爱好，一味介绍产品或服务，引起客户的厌烦和反感。

4) 对产品的有关知识或特性不熟悉，无法应对客户的询问，无法消除客户的疑虑。

5) 不能耐心倾听和回答客户烦琐的询问。

6) 回复客户的时间过长，延误了客户时间，或记错客户信息，导致回复对象错误。

7) 对客户的承诺没有兑现，找出种种原因搪塞客户。

（2）呼叫服务员态度差

1) 接听客户电话时，与周围同事交谈或继续处理手中的其他事宜，对客户诉求内容没有认真倾听。

2) 与客户沟通过程中不倾听客户反馈信息，使对方感觉自己没有被尊重和重

视，易使其在心理上产生逆反情绪。

3) 当客户提出异议或相反意见时，不能耐心解释、虚心接受，而是草草结束，挂断电话。

4) 发现或感觉客户不是目标客户时，语气立刻变得冷淡，言语中流露出蔑视、歧视的口气。尤其是当听出对方是外地口音时，就主观怀疑其购买能力，显示出极大的不屑和不耐烦，敷衍客户并试图尽快结束通话。

5) 对客户提出的合理要求表现出极大的不信任。有些产品或服务是通过客户间相互推荐而被知晓的，当客户说出已使用者在使用时出现的某些问题时，认为根本不可能，使对方感觉不被认可和信任。

(3) 呼叫服务员行为不规范

1) 对本职工作不热爱，工作中流露出厌倦和不满情绪。

2) 在接听电话时，对客户述说其他客户的不满或贬低其他呼叫服务员，通话中使用粗俗语言、不使用普通话造成客户理解困难，从而使客户对产品或服务失去兴趣和信心。

3) 不团结，对工作互相推诿、推卸责任，甚至相互攻击，使企业的声誉受损而引起客户不满。

3. 因客户来电通话时间超长引起的异常投诉

在客户来电反映或咨询过程中，经呼叫服务员反复解释，或按正常流程告知客户处理方法和意见，而客户仍不理解，并无理纠缠，致使呼叫服务员不能正常挂断电话。

4. 因客户来电情绪失控、发泄怨气引起的异常诉求

在客户与呼叫服务员交流过程中，因客户无事生非、不讲道理、无理要求、行为或言语过分而产生的异常诉求。

(1) 由于正常的市场价格变化，客户所购商品高于当时的市场价格，客户认为自己利益受损，而又无法弥补其损失时，来电发泄怨气和不满。

(2) 客户否定企业现有的经营方式和策略，没有根据、恶意地评论和批评。

(3) 由于客户自身素质和修养受限，以及个性化需求等原因，提出过高或不切实际要求遭到拒绝时，语言激烈甚至出口伤人。

5. 因客户对诉求解决时间紧迫引起的异常投诉

客户来电对正常情况下的处理流程、处理结果或处理时间不满，要求在自己限定的时间内进行加急解决或反馈。

三、异常诉求的特点

异常诉求通常都具有复杂性、激烈性和对抗性等特点。

1. 复杂性

异常投诉的形成多具有复杂性，主要体现在主观和客观两方面。

(1) 主观方面

主观方面是指由于企业组织内部人为因素造成的，也就是呼叫服务员在与客户交流中没有得到客户的理解和帮助，致使问题不能得到解决，通常表现在以下几个方面：

1) 客户不配合。有时为解决客户问题，需要客户的合作。例如，客户的计算机出现问题请求帮助时，需要知道客户的计算机编号。如果不告诉客户原因而问其计算机编号，客户很可能会因不方便而不愿提供，因为他不知道为什么要他很费劲地爬到桌子下面找那个编号。为了不出现这种局面，请客户合作应该告知其原因。可以这样说：“请告诉我您的计算机的编号，有了编号就可以找到关于您计算机的记录，这样才能知道怎样帮助您解决问题。”让客户明白要他的计算机编号，是为了找到解决问题的办法。诚恳地帮助客户，客户才能够帮助你。

2) 客户不理解。为了使客户接受你的建议，应该告诉他你的理由。如果只告诉客户不要使某个系统超负荷运转是不够的。还应该告诉顾客出现问题的可能性，可以这样告诉客户：“要使你的设备连续正常运转，一定不要使它超负荷。你可以这样判断它的最大负荷。”这样客户就明白了。

3) 客户不满足。如果不能满足客户的要求，请告诉其原因。有时，你可能不能满足客户的某个要求，如全部退款。你怎样处理这个问题可以决定客户对你的看法，以及他今后是否再次使用你的产品或服务。例如，一位客户要求退货，而他已将商品打开包装，按照公司规定打开包装的商品不能退货。如果直接告诉客户商品不能退货，那他一定不满意，因为他不明白原因。但如果在他问为什么之前就告诉他：公司不接受开封的商品退货，因为商品打开将无法再卖出去。那么此时客户虽然还不满意，但至少知道了为什么在他看来是有道理的要求却无法得到满足的原因。

解决异常诉求主观因素问题的关键在于，将所发生的情况和具体原因告知客户，取得客户的理解和支持，并迅速处理客户诉求。

(2) 客观方面

客观方面是由于非人为因素造成，主要指企业产品或服务在质量、制度、执行

上本身存在问题或不足。

1) 因产品在生产、流通及销售等环节中产生的质量问题而引起客户不满形成的异常诉求。

2) 因产品在经营、推广中,企业人员与客户进行沟通时产生的对话及行为差异,或提供服务过程中所导致的客户不满而形成的异常诉求。

解决异常诉求客观因素问题的原则是:诚信灵活,化被动为主动。

2. 激烈性

异常诉求的复杂性使其具有一定的激烈性。无论是主观上内部人员自身原因造成,还是客观上因内容不具体、要求不明确等原因造成,使企业的产品或服务与客户的要求之间存在很大差异,由于异常诉求产生和解决的双方考虑角度不同、利益不同,使诉求矛盾更加尖锐和突出,从而使异常诉求体现出一定的激烈性。

3. 对抗性

异常诉求的复杂性、激烈性决定了异常诉求的对抗性。异常诉求的产生多是由于企业提供的产品或服务标准不统一、流程不规范、处理结果不一致等原因造成,由于异常诉求双方的出发点不同,解决诉求的方法、过程和目的存在一定的对抗性。

四、影响倾听的因素

在双方沟通过程中,倾听是真实地了解对方的目的、立场、观点和态度,发现事实真相的最简捷的途径。倾听可以有效地防止主观偏差,建立双方沟通的信任关系,从而快速达成一致意见。

有效的倾听包含诸多的要素和步骤,在每一个要素和步骤中都可能存在各种因素导致信息遗漏,产生误解、冲突和错误的决策,甚至有可能因重大问题没有及时发现和解决而使组织面临危机。

对呼叫服务员而言,在与客户沟通过程中影响倾听的因素一般有心态因素、行为习惯、情绪状态、外界环境、思维问题和时间因素等。

1. 心态因素

一个呼叫服务员所具备的产品或服务知识、沟通技能、信息处理能力、工作态度等都有可能影响倾听的效果。

(1) 乐于倾听

在客户服务工作中,乐于倾听能体现出对他人的尊重、包容和宽容;能体现出对他人意图与倾向的判断、理解和预测;能体现出对他人的感觉与需求敏感、认同

和接纳。

（2）善于倾听

在客户服务工作中，善于倾听的人是乐于助人、责任心强的人，是行动快捷、情绪稳定的人，是积极主动、善于发现或创造新机会的人。

（3）敢于倾听

在客户服务工作中，敢于倾听的人是对本行业服务信息或业务信息的学习、理解和应用能力强的人，是掌握和运用服务技术、技巧多的人，是能够控制自我情绪并同时能平静他人情绪的人。

反之，不具备客户服务能力的人，在倾听过程中表现为消极被动、回避责任、不耐烦和推诿、指责客户等。

2. 行为习惯

一个人的行为习惯会影响与人沟通时的倾听效果，不好的行为习惯包括：急于判断、喜欢插话、听而不闻、有选择地听等，它妨碍呼叫服务员正确理解客户的意图，极易引起客户的不满。

（1）急于判断

在沟通过程中，人们一般喜欢从自己的立场出发，按个人的好恶习惯，对听到的信息进行判断、评价，决定认同或不认同。这种根据个人自身意志急于作出的判断，往往会使倾听者从心理上抵制正确信息的输入。再就是具有思维定式的人，也喜欢急于判断。对方话语一出，就下意识地套用自己的经验，用自己的方式去理解、判断。这种思维方式很容易使人忽略掉一些重要的细节，而在所有的信息未掌握完整之前，就轻易、草率地作出结论。

（2）喜欢插话

许多人认为，“说”是表白自己、说服对方的唯一有效的方式。若要掌握主动权，就只有靠“说”。有这种习惯的人，一般是想先入为主，尽快地控制住对方，而无心也不愿顾及对方能不能接受。其主要表现是没有耐心倾听对方的倾诉、经常打断对方的讲话、迫不急待地发表自己的意见，而实际上并没有把对方的意思听懂、听完、听全。

对呼叫服务员而言，在与客户沟通时，如果经常插话，打断客户，一方面会让客户的感情受到伤害，另一方面，还有可能忽略客户要讲的重要信息，错过潜在的解决问题的机会。

（3）听而不闻

听而不闻是指用“耳”不用“心”的低层次倾听方式。以这种方式听的人，只

考虑对方的话合理不合理，却不考虑对方话语中没有表达出来的情感或情绪的因素。他们只用耳朵听到的具体言辞来判断事情，却不懂得如何从言语所不能表达或未表达出来的因素中去了解那些深层次的东西。比如在与客户沟通时，摆出倾听的样子，对客户的诉求进行简单的回应，其实内心却在迫不及待地等待机会，想着自己要讲的话，或者心里考虑的是其他毫无关联的事情，根本就没有听出客户的意图和期望。尤其是在接受客户投诉时，有的呼叫服务员是一边听，一边紧张地在想对策，诸如：我要证明他是错的、我要为我或我的公司进行辩解、我要澄清问题的症结所在等。如此下来，往往等不及客户说完就急急忙忙地打断客户的话。

（4）有选择地听

人们习惯于关注自我，在潜意识中总认为自己才是对的。表现在倾听过程中，人们往往会根据自己的主观愿望、需要、动机、经验、背景或其他个人特点，有选择地去听信息，对所接受的信息进行过滤，只接受那些自己愿意或期望接受的部分信息，而对其余部分信息缺乏兴趣或敏感性。具体表现在：

1) 喜欢听与自己观点一致的意见，如果对方的观点与自己的观点大相径庭，可能会产生抵触情绪，而不愿意继续认真地倾听下去；

2) 对引人注目的信息容易接受，而忽视平淡的另一部分；

3) 对符合自己需要的、与自己有切身利益关系的信息容易听进去，而对自己不利的、有可能损害自身利益的信息，则不容易听进去。

4) 将自己的兴趣和期望带进倾听过程中，仅仅听那些自己想听的或希望听到的事情和内容等。

所有这一切都会导致信息被有意扭曲或增删，影响信息沟通的顺利进行。

3. 情绪状态

人的情绪状态、沟通态度有偏差会直接影响到信息的接受和理解的方式。焦虑、悲伤、封闭、混乱、不接纳、厌倦、不感兴趣、对他人有偏见的消极情绪都是影响倾听的障碍。这些障碍，一方面容易造成对信息的误解，另一方面也容易产生过激的反应。比如当客户的说话方式、思维习惯是自己不喜欢的、反感的，客户说的话自认为是不正确的，对自己不利的，往往就会导致自身情绪的变化，而变化了的情绪会阻止自己继续倾听下去，甚至会将注意力迁移到如何进行反击的思绪上去，这极易导致沟通双方冲突的发生。

4. 外界环境

外界环境对人的听觉也有着重要的影响，如沟通的外界环境太过嘈杂，其中有大量的输入信号、视觉干扰；倾听中有其他事务的加入或周围环境令人感到不自

在，都会导致难以集中精力，进而影响倾听的效果。

5. 思维因素

由于人的思维速度往往比说话速度要快许多倍，所以在听别人讲话时，倾听者的思维活动始终处于等待状态，而人的思维活动却不愿意总是处于被动等待状态中，这样就很容易导致倾听者一旦弄清对方的意图，就难以集中精力继续倾听下去，或者注意力分散，听不出对方的言外之意，造成信息的疏漏或产生误解。

6. 时间因素

沟通中遭遇时间压力，也会令人焦虑不安，希望能尽快解决问题，急于结束沟通。具体表现在当获得的信息不全、还不完全了解客户的具体需求时，就把自己的解决方案和盘托出，结果往往事与愿违。

7. 其他因素

客户的个人心理需求、文化教育水平、理解能力、心理期望、社会角色地位和人生阅历等因素也会影响倾听者的倾听效果。比如在客户的思维比较混乱、客户在语言表达方面出现一些障碍、客户说话特别着急或客户情绪激动时，都有可能导致呼叫服务员产生一种急于表明自己已经明白了的冲动。在未了解事情的真相时就急于对客户说：“你不要说了，我都知道了”“我明白了”“我清楚了”等，这都会阻碍双方信息的进一步交流。



操作技能

一、控制诉求过程的技巧

呼叫服务中心都希望呼叫服务员能在较短的时间内完成对客户的服务，而又不影响服务质量。这就要求呼叫服务员应具备控制诉求过程的技巧，能快速了解客户的意图，并通过简洁的沟通，满足客户的服务要求。控制诉求过程可以通过控制引导过程、控制受理时间和控制客户的情绪等手段来达到。

1. 引导过程的控制技巧

引导过程的有效控制是一次高质量、高效率通话的关键要素之一。在与客户通话开端，首先要用明朗、活泼、富有吸引力的音色，简洁流畅地报出组织及部门名称、呼叫服务员的姓名或工号，对客户来电表示欢迎，然后开始了解客户的来电原因。在整个引导过程中呼叫服务员要根据不同对象或者不同话题而营造不同的沟通情境，有意识地营造一个和谐、舒适、坦诚、亲切的沟通氛围，并有效地掌握通话的主动权。

对一般诉求，呼叫服务员只要按照服务流程，通过倾听了解客户来电原因、意图及其所要询问、解决的问题后，即可简洁明了地回应客户，迅速进入解决问题的实质阶段。在回应客户时要根据所表达的内容、交流的气氛和客户心理需求选择合适的语速。语速不宜太快也不宜太慢。语速太快会使客户感觉有压力，反应跟不上。语速太慢，既浪费时间，也会使客户感觉不耐烦。

而对一些具有激烈性、复杂性、对抗性等特点的异常诉求，就需要呼叫服务员恰当地运用沟通技巧，采用相应的对策，将客户逐渐引入解决问题阶段。比如有的客户在电话接通后就一直喋喋不休地抱怨很多问题，这时呼叫服务员不能一味被动地去听客户的抱怨，而应首先安抚客户的情绪，引导客户说出他们的问题，并针对客户的主要问题进行处理，然后对客户提出的次要问题进行更进一步的沟通。也就是说，在沟通过程中要运用同步和引导的技巧，先与客户保持一致，再通过主动询问，利用同理心去引导客户，逐步将客户的话题引向某一特定方向和重点内容。

2. 受理时间的控制技巧

受理时间的长短除了取决于呼叫服务员敏捷的思维、清晰流畅的表达外，还与呼叫服务员是否具备专业的技能、技巧有关。

呼叫服务员在聆听了客户的服务需求后，要对客户的问题给以准确、专业的答复，尽可能让客户满意。在这个过程中，呼叫服务员与客户之间可能要交替进行几个回合的听、问、说，直到客户问题解决为止。

有效地控制受理时间的技巧有：

（1）善于倾听

“倾听”是掌握沟通状况最有利的方式。通过倾听认清、认同客户，并与客户形成良好的互动。

（2）准确提问

“提问”是掌控沟通局面最有效的方式。通过提问把握或改变沟通的主题，澄清信息中不明确的部分。

（3）总结确认

在明了客户的需求后，要根据自己的理解重组语句，总结和复述给客户听，以检验自己的理解是否正确、获得的信息是否准确，将客户的话题始终集中在要解决的问题上。

（4）主动服务

通过主动服务来缩短服务时间。比如在与客户互动过程中，获悉了客户对某问题有疑问或有需求时，就应积极主动地向客户告知此类问题的解决办法或解决途

径，让客户清楚组织的业务流程或组织所能提供的所有服务项目。

3. 客户情绪的控制技巧

呼叫服务员每天受理的诉求可能有几十上百个之多，从受理开始的第一时间起，就必须先判断客户的情绪。有效控制好客户的情绪，有助于沟通的顺利进行。

客户情绪的控制技巧有：

（1）认同客户

认同客户就是认可客户的感受，了解客户的想法。在认同过程中分析客户产生情绪的原因，并通过适当的时机切入问题的重点，掌握沟通的局面，进而缓解客户的抱怨情绪，淡化双方的冲突。

（2）控制期望

期望值过高是导致客户不满的原因之一。呼叫服务员要善于控制客户的期望，引导正确的期望，以便使组织的产品或服务更接近现实。要委婉地告诉客户，组织能够为其提供什么帮助，而不要强调组织不能怎么样，只能怎么样。要坦诚地告知客户哪些期望能够得到满足，哪些期望不能得到满足。在控制客户期望值时，要争得客户的谅解与支持，将彼此的关系调整到双方都能够接受的程度。

案例 1—1

×××呼叫中心 112 号呼叫服务员接听某客户电话：

呼叫服务员：“您好！欢迎致电×××呼叫中心，请问您需要什么帮助？”

客户：“你们的电脑还让不让人用了？”

呼叫服务员：“对不起！先生，让您烦心了。我很想帮您，可以告诉我您登记的联系电话吗？以便让我尽快找到您的相关记录。”

客户：“13823666×××。”

呼叫服务员：“是张先生吧，您的电脑在本月 6 日已维修过一次了，是吗？”

客户：“是的，你们上次来修电脑，是修好了，可是没过几天，电脑又不行了。”

呼叫服务员：“真对不起，麻烦您告诉我具体情况，我马上帮您解决。”

客户：“电脑又不能用了，我不是整天没事干，陪着你们修这台该死的电脑，你知道吗，我的工作都没法完成了！就因为你们卖给我的这台破电脑，害得我丢失了许多资料，你知道这些资料对我有多重要吗？这个损失谁来赔偿？”

呼叫服务员：“我能够想象那些资料对您有多重要，我也非常想帮助您，我想，现在对于您来说最重要的就是马上解决问题。”

客户：“我现在就是想不明白，我当时是不是出毛病了，怎么就买了你们的电

脑呢?”

呼叫服务员：“我知道您现在很生气，请您相信，我们的售后服务承诺是有保证的。”

客户：“你们的售后服务，对，你们是有8小时的服务承诺，你们也按时来修了，可是你们已修过一次了，最后修好了吗？8小时服务承诺，你就是1小时的服务承诺对我来说又有什么意义呢？”

呼叫服务员：“您说的情况是事实，我也很抱歉，我们会尽力地解决这个问题。”

客户：“我还怎么相信你们，再修又坏了怎么办，我还要不要工作了。”

呼叫服务员：“这次您尽管放心，我们马上派工程师为您检查这台电脑。您能告诉我，这次电脑出现了什么故障呢？”

客户：“我不要修了，我要退货，比你们便宜的电脑满街都是，我再另买一台。”

呼叫服务员：“我理解您的想法，我们公司的电脑价格是略高一些，但我们的售后服务是最好的。您当初选择我们的电脑，也是考虑了我们公司的信誉、保修年限和售后服务吧。”

客户：“当时是这么想的，但结果让我烦死了，上次是开不了机，这次开机后，系统却无法启动。”

呼叫服务员：“两次故障不一样，是吗？很快会有工程师上门为您服务的。我们一定会给您一个满意的解决办法，请您相信我和我们公司。”

客户：“好吧，再相信你们一次。”

.....

[分析]

这是一个典型的异常诉求，112号呼叫服务员在较短的时间内较成功地受理了客户问题。在引导过程中，采用了同理心方法，安抚了客户的情绪；在具体的受理阶段，通过倾听和提问方式，引导客户将话题转移到解决问题上来。

二、异常诉求的受理方法

解决客户诉求是呼叫服务人员的主要职责，当接到客户的诉求时应及时给予解决，一般的诉求可依据企业的规章制度及各种具体实施办法得到妥善解决，从而达到令客户满意的目的。除了一般的诉求，在实际工作中还会常常遇到这样或那样的

异常诉求。要想成为一名优秀的呼叫服务人员，只有了解、掌握异常诉求的受理方法和技巧，才有可能应对和解决各种异常诉求。一般来说，受理异常诉求的方法主要有以下几种：

1. 倾听抑怒法

通常异常诉求的客户情绪大都非常激动，会带着怒气并语气极不友好地打来电话质问或抱怨。这时呼叫服务人员应首先耐心安静地倾听客户的诉求，哪怕客户的态度语言十分恶劣也要等待客户倾诉完怨气，然后引导客户讲出事情的整个过程，同时还要在倾听的过程中适时地表示理解和赞同，以抑制和平息客户的怒气，最后找出异常诉求的根本原因并对症下药，解决问题。这种方法的关键是：一听、二点头、三处理，“一听”即认真耐心地倾听客户的诉求；“二点头”就是表示对客户诉求的充分理解；“三处理”就是尽快找出解决的方法或给客户明确有效的承诺，最终使客户满意。

这种方法适用于所有诉求和异常诉求，特别是对那些打进电话只是情绪上的不满而没有实质问题需要解决的客户，积极配合并耐心倾听客户诉求是非常重要的，这也是呼叫服务人员解决客户诉求的第一步。

2. “同理心”法

所谓“同理心”就是通常所说的换位思考，是用同样的方法或想法，站在对方的角度去感受，“同理心”不仅限于感受对方的痛苦，还要运用“同理心”理解对方的想法，如果能真正站在对方立场想问题，事情就会容易解决得多。作为一名呼叫服务人员，应该以客户为中心，多为客户着想，恰当地运用“同理心”不仅可以使客户感到得到了尊重和重视，而且可以在解决问题过程中遇到困难时得到客户的谅解和支持。

这种方法适用于由于某种原因造成问题迟迟得不到解决而导致的客户异常诉求，通常此类客户明白事理，只求尽快解决问题即可。

3. 婉言拒绝法

婉言拒绝是指用很婉转的话语拒绝对方的请求、意见或赠礼，又不使对方感到难堪和不快。任何规章制度的制定和实施都是从大多数人的利益出发的，不可能涵盖所有人的意愿。对别人的不切实际、异想天开的想法或要求，要给予足够的理解和明确的否定，因为他们的想法或要求有很大的局限性和不可操作性，或者根本就是错误的、无理的，所以要明确表示回绝。但切记态度要诚恳，语气要委婉，在表示赞成的同时给予否定，经常用“是的、是的……但是……”“您说的很有道理，可是……”“也许以后……但目前……”“除非……”的句型。