企管 廣經
白金书系

·岗位业务培训系列·

如何做好客服员

RUHE ZUOHAO KEFUYUAN

滕宝红◎编著

职业入门的技能指导·岗位竞逐的看家本领

广东省出版集团
广东经济出版社

·岗位业务培训系列·

滕宝红◎编著

广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目（CIP）数据

如何做好客服员 / 滕宝红编著. —广州：广东经济出版社，2012.1

（广经企管白金书系：岗位业务培训系列）

ISBN 978-7-5454-1059-4

Ⅰ.①如… Ⅱ.①滕… Ⅲ.①企业管理：销售管理 Ⅳ.①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2011）第 226195 号

出版发行	广东经济出版社（广州市环市东路水荫路 11 号 11～12 楼）
经销	全国新华书店
印刷	广东新华印刷有限公司（广东省佛山市南海区盐步河东中心路）
开本	730 毫米×1020 毫米 1/16
印张	9.25 1 插页
字数	155 000 字
版次	2012 年 1 月第 1 版
印次	2012 年 1 月第 1 次
印数	1～4 000 册
书号	ISBN 978-7-5454-1059-4
定价	20.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

发行部地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：（020）38306055 38306107 邮政编码：510075

邮购地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

邮购电话：（020）37601950 邮政编码：510075

营销网址：**http：//www.gebook.com**

广东经济出版社常年法律顾问：何剑桥律师

·版权所有 翻印必究·

总　序

今年7月底，我应《新快报》管理沙龙第190期之约，做了一次“用《弟子规》培育员工”的专题报告会。会前，我与一位相识10年的老朋友——广东经济出版社姚丹林社长聊起该社改革开放30年来在企业经营管理领域出版的一系列优秀作品，还谈及中国的优秀企业——华为、联想、海尔的经营管理之道，大有“如数家珍”和“酒逢知己千杯少”之感。此后，我荣幸地接受了姚社长的邀请，为本系列图书作序。

“文章千古事”。正如姚社长所说的，广东经济出版社作为一家在全国有一定影响力和知名度的出版社，乐于承担社会责任，为广大企业读者服务。最近，广东经济出版社通过多种渠道对企业经营管理、经济管理领域的广大读者群进行了广泛深入的调查研究，并根据读者群的反馈意见和建议，对该社10年来出版的几百本企业经营管理、经济管理图书进行排序，精选出百种优秀图书，编制了一套“广经企管白金书系”，期待她能够为从事企业经营管理和经济管理领域的同仁们带来更多的实用参考价值。

著名的英国哲学家、文学家弗兰西斯·培根在回答读者“读什么和怎样阅读”时说：“书籍好比食品。有些只需浅尝，有些可以吞咽，只有少数需要仔细咀嚼，慢慢品味。所以，有的书只要读其中一部分，有的书只需知其梗概，而对于少数好书，则应当通读、细读、反复读。”

正如培根所说的那样，从事企业经营管理和企业中高级管理者教育培训以来，我和我的许多同事一直在案头热读、通读、细读、反复读广东经济出版社那些优秀的图书，受益匪浅。作为这些优秀图书的“受益者和老粉丝”，归纳起来，我觉得这套图书对我们有以下三个方面的学习和典藏价值：

1. 高屋建瓴，形成经典——这套系列图书的作者多数来自国内外优秀企业的中高级管理者和长期从事企业管理咨询、培训的专家教授。其中大多数人是优秀企业的总经理、副总经理、公共关系管理专家、市场营销专家、人力资源专家、物流与供应链管理专家、精益生产管理专家、质量管理专家、企业培训管理专家和现场管理专家等。本书系是他们在改革开放30年中从事企业经营管理智

慧的结晶。

2. 简明易懂，方便实用——改革开放头20年，从我国著名的工商管理学院给企业管理者开设的EMBA和MBA的核心课程来看，学习、消化、吸收欧美国家企业先进的科学管理经验似乎成为我们学习企业经营管理的主旋律。但是，实践证明：由于国家、企业文化、制度、语言等环境的差异，对于欧美企业的管理经验真正做到“消化吸收、洋为中用”确实需要一个比较漫长的过程。许多有识之士发出了“哈佛学不到”的叹息！最近10年来，我国本土的企业家将西方的先进管理经验与自己企业的具体实践相结合，创造了许多超越欧美企业的第一业绩，并总结管理经验，形成了这套书系的雏形。她来自中国企业，用于中国企业，自然简明易懂、方便实用。

3. 立足实战，讲求实效——多年来，广东经济出版社紧紧依托广东作为经济强省、金融强省和全国第一制造业大省形成的作者、选题、市场资源，策划出版了一大批来自于企业管理实践和各种经济活动，又回到企业管理实践和经济活动中去，服务于广东企业和经济投资活动主体的“广味”图书，打造了“实际、实用、实操、实效”的市场图书品牌。这套白金书系主要定位于企业培训学习，尤其在岗位培训方面具有全面覆盖各个行业、针对性强、应用性强的特点，反映了“实际、实用、实操、实效”的品牌特色，以及广东经济出版社多年来秉持的品牌化运作、市场化运营、特色化方向、专业化道路的发展理念。

企业家、专家学者最重要的责任就是总结过去、利用现在、开创未来。“人生终有限，事业总无限。”任何一个人的生命都是有限的，因此，任何一个人的经验也是有限的。但历史是永恒的，他人的经验是无限的，用他人的经验来丰富自己的经验永远是明智的选择。那么，就让我们做一次“开卷有益”的选择吧！

金井露

试读结束：需要全本请在线购买： www.ertongbook.com

目 录

第一章 客服人员任职规范 …… 1

第一节 客服人员服务观念 …… 3

观念一：以客户为中心 …… 3

观念二：以真诚赢得信赖 …… 3

观念三：让顾客满意 …… 4

观念四：要做得更好 …… 4

第二节 客服人员素质要求 …… 4

要求一：个人修养 …… 4

要求二：心理素质 …… 6

要求三：专业素养 …… 7

要求四：综合能力 …… 9

第三节 客服人员岗位职责 …… 10

岗位职责一：客服部经理 …… 10

岗位职责二：客服部主管 …… 11

岗位职责三：维修部经理 …… 12

岗位职责四：维修部副经理 …… 12

岗位职责五：维修组长 …… 12

岗位职责六：维修员 …… 12

岗位职责七：赠品发放员 …… 13

岗位职责八：退换货员 …… 13

岗位职责九：广播员 …… 14

岗位职责十：存包员及开票员 …… 14

第四节 客服人员任职要求 …… 16

要求一：家用电器维修工 …… 16

要求二：办公设备维修工 …… 20
要求三：电磁计量修理工 …… 24

第二章　客服人员服务规范 …… 27

第一节　仪容仪表规范 …… 29
一、仪表修饰原则 …… 29
二、服饰要求 …… 29
三、修饰要求 …… 30
第二节　行为举止礼仪 …… 34
一、站姿礼仪 …… 34
二、坐姿礼仪 …… 34
三、行走礼仪 …… 34
四、手势礼仪 …… 34
五、表情礼仪 …… 35
六、服务台礼仪 …… 35
七、顾客接待礼仪 …… 35
第三节　服务语言规范 …… 36
一、服务用语原则 …… 36
二、服务用语技巧 …… 36
三、顾客服务语言 …… 37

第三章　客服人员作业流程 …… 41

第一节　总服务台作业 …… 43
一、接听电话 …… 43
二、顾客询问 …… 43
三、顾客投诉处理 …… 43
第二节　物品存取作业 …… 44
一、存包处服务宗旨 …… 44
二、存包处人员工作细则 …… 45
三、顾客寄存包程序 …… 45
四、存取包一般情况处理 …… 46
五、存取包特殊情况处理 …… 47
第三节　广播服务作业 …… 47
一、播音的原则 …… 47

二、播音的内容 …… 48
三、申请播音 …… 50
四、广播室的管理 …… 50
第四节 售后服务作业 …… 51
一、实行“三包”的具体要求 …… 51
二、商品包装服务 …… 53
三、商品运送服务 …… 54
四、上门安装服务 …… 56
五、上门维修服务 …… 56
六、发票管理 …… 58
七、赠品发放 …… 59
八、手推车管理 …… 60
第五节 商品退换货作业 …… 64
一、退换货审核标准 …… 64
二、退换货处理原则 …… 64
三、退换货处理流程 …… 66
四、退换货处理方法 …… 69
五、退换货单填写注意事项 …… 71
六、退换货物品退回卖场作业 …… 72

第四章 客服人员作业知识 …… 79

第一节 客服人员基本作业知识 …… 81
一、掌握商品知识 …… 81
二、熟悉卖场环境 …… 81
第二节 客服人员专业操作知识 …… 82
一、商品包装知识 …… 82
二、商品维修知识 …… 86

第五章 顾客投诉处理 …… 91

第一节 投诉原因分析 …… 93
一、环境引起的投诉 …… 93
二、服务引起的投诉 …… 95
三、商品引起的投诉 …… 98
四、广告误导引起的投诉 …… 100

第二节　客服人员需掌握技能 …… 100
一、看的技能 …… 100
二、听的技能 …… 102
三、说的技能 …… 103
四、“动”的技能 …… 104
第三节　顾客投诉处理流程 …… 105
一、道歉 …… 105
二、受理 …… 108
三、解决 …… 111
四、回复 …… 111
五、征询 …… 112
六、跟踪 …… 112
第四节　顾客投诉处理策略 …… 115
一、策略一：信函处理 …… 115
二、策略二：电话处理 …… 116
三、策略三：现场处理 …… 118
四、策略四：上门面谈 …… 119
第五节　顾客投诉处理技巧 …… 122
一、商品投诉处理技巧 …… 122
二、服务投诉处理技巧 …… 123
三、索赔处理技巧 …… 123

第六章　自我成长规划 …… 133

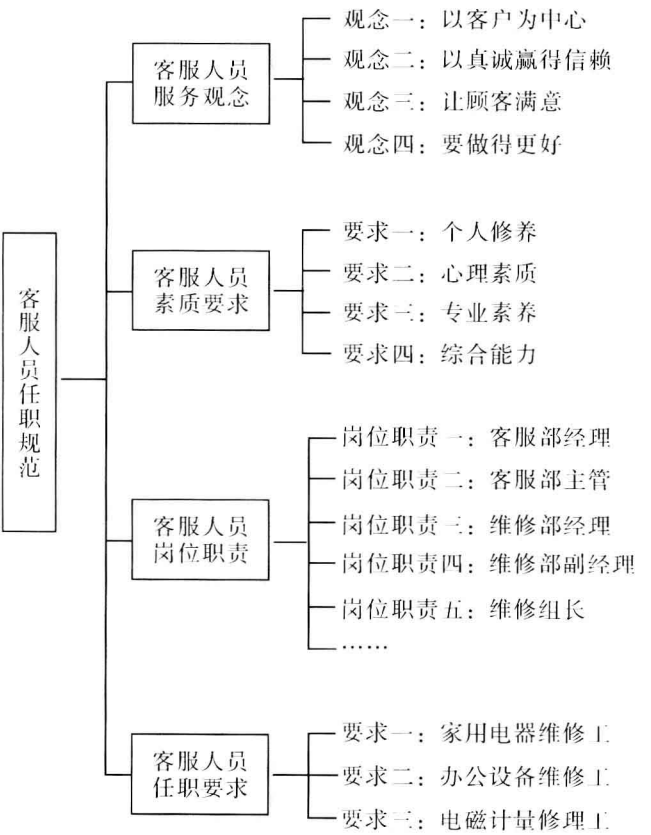
第一节　进行自我提升 …… 135
一、充实完善提升自我 …… 135
二、搞好工作场所人际关系 …… 136
第二节　实施自我训练 …… 137
一、自我训练的方法 …… 137
二、走向成功的步骤 …… 138

参考文献 …… 139

第一章　客服人员任职规范

- 客服人员服务观念
- 客服人员素质要求
- 客服人员岗位职责
- 客服人员任职要求

客服人员任职规范示意图



试读结束：需要全本请在线购买： www.ertongbook.com

第一节　客服人员服务观念

观念一：以客户为中心

超市的客服人员应该牢固树立“以顾客为中心”的理念，充分意识到顾客是超市利润的来源，把顾客的事情当作自己的事情来办，赢得顾客的信赖，提高顾客的满意度。超市成败的因素不是由超市自身来判断的，而是由客户来判断，那就是客户对企业提供的产品和服务感受到的“价值”。

超市出卖的不是产品或服务，而是顾客的需求。随着社会产品和服务的多样化和多元化，在市场上很难找到只有一家厂商生产和制造的产品或服务，就像一个蛋糕，吃的人多了，每个人的分配比例自然就少了，必然就出现了超市之间对于目标顾客的争夺。竞争关系的存在就系统地确立了超市之间争夺目标顾客的规则，这个过程中越来越多的超市认识到同一产品或服务之间的差异性很小，也就是“同质化”越来越大。顾客认为你在竞争对手实力相当的情况下，以顾客为中心的经营规则对超市来说越来越重要，超市的经营决策和战略方向也在往产品和服务的个性化发展，只有满足顾客不同层次和不同喜好的要求，超市才能在市场上生存和持续发展。

观念二：以真诚赢得信赖

真诚是感动顾客，获取顾客信赖的最好的方法。而很多的客服人员却做不到这一点，顾客投诉的时候往往都是带着很多不满和怨愤来倾诉，希望得到一定的补偿，这种情况下他们最不愿意看到的就是客服人员漫不经心，推诿扯皮。因为这样会给顾客留下一种不尊重和不重视的印象，让顾客认为自己不应该投诉，反而是自己的不对，就会在心理上设置一条沟通的鸿沟。这种情况下顾客就会作出判断和抉择，认为我们不负责任、服务不好，不愿意再继续洽谈，转而去选择其他的厂商。所以当顾客投诉的时候，我们投诉服务的人员用真诚的语言、眼神和身体姿势等为顾客营造一种温和的沟通氛围，双方建立起互相信赖的默契，对于解决投诉是非常重要的。

观念三：让顾客满意

不论是投诉的顾客，还是非投诉抱怨的顾客都希望自己反映的问题能够得到快速的解决，对于自己所遭受的损失能够得到一定的补偿。所以作为客服人员来说，顾客期望快速圆满地解决投诉是顾客一切行动的出发点，也是客服人员工作的方向，就是避免因工作流程复杂，部门配合不利、职能扯皮等情况的发生，造成顾客的再次不满。

观念四：要做得更好

其实不管是顾客有理由投诉还是由于顾客的原因造成的无理由投诉，客服人员并不需要准确的划分，应该从自身的角度来分析顾客为什么会提出不满，是不是自身还有很多方面做得不够好，还应该在哪些方面改进让顾客更满意。

平时提出为顾客提供优质服务的口号时，有没有真正地站在顾客的立场上想问题？有些自认为很好的服务，对顾客而言，并不一定全面，还可能会存在某些方面的缺陷。在产品或服务的开展中应做到全面、细致的准备，防止由于出现一些很小的疏漏，而导致顾客对我们自身的能力产生怀疑，从而有可能让我们错过一次很好的改进机会。

第二节　客服人员素质要求

要求一：个人修养

个人修养能培养或打破一种习惯。它能使你的自我意识或思想产生持久的变化，帮助你达到目标。归根结底，个人修养是一种自我暗示，是一种思想的实践。

➢ **尊重为本**

作为一名客服人员，尊重是最基本的要求。

◆ 个人修养要求就是要自尊自爱。尊重自己，就是要把你自己当回事，站有站相，坐有坐相，举止大方。

◆ 在自尊的基础上要尊重顾客，真正关注顾客，不论顾客的身份、年龄和学识等对顾客都要表示尊重。

◆ 尊重自己的职业。每家企业都会有分工的不同，“闻道有先后，术业有专攻”，在任何国家、任何社会，真正被人家尊重的人，是有实力的人，是学有所长的人，是专业方面有本事的人。所以要爱岗敬业，这样的人才会赢得顾客的尊重。

◆ 尊重自己的企业。在与顾客的接触沟通中，客服人员有责任、有义务维护它的尊严和形象。

➢ **谦虚诚实**

◆ 谦虚是人的一种美德，客服人员在处理顾客投诉时表现出谦虚这一点很重要。一个客服人员需要有很强的专业知识，专业要懂，但应注意，一旦这些服务人员掌握了这各方面的知识后就有可能出现不谦虚的现象，认为顾客说的都是外行话。

◆ 如果客服人员不具备谦虚的美德，就会在顾客面前炫耀自己的专业知识揭顾客的短，让顾客感觉到不受尊重，这是投诉处理服务中严格禁止的行为。客服人员要求有很高的服务技巧和专业知识，但不能去卖弄，不能把顾客当成傻瓜。

➢ **宽容**

◆ 忍耐与宽容是面对无理顾客的法宝，是一种美德。客服人员需要有包容心，要包容和理解自己的顾客。真正的客户服务是根据顾客本人的喜好使他满意。

◆ 顾客的性格不同，人生观、世界观、价值观也不同。即使这个顾客在生活中不可能成为朋友，但在工作中他是你的顾客，你甚至要比对待朋友还要好地去对待他，因为这就是你的工作。

◆ 要有很强的包容心，包容别人的一些无理，包容别人的一些小家子气。因为很多顾客有的时候就是这样，斤斤计较，蛮不讲理，胡搅蛮缠。

➢ **诚信**

对于客服人员，通常很多企业都有要求：不轻易承诺，说到就要做到。客服人员不要轻易地承诺，随便答应顾客做什么，这样会给工作造成被动，但是客服人员必须要注重自己的诺言，一旦答应顾客，就要尽心尽力去做到。

➢ **勇于承担责任**

客服人员需要经常承担各种各样的责任和失误。出现问题的时候，同事之间往往会相互推卸责任。客户服务是企业的服务窗口，应该去包容整个企业给顾客带来的损失。因此，在客户服务部门，不能说这是哪个部门的责任，一切的责任都需要通过客服人员把它化解。

➢ 强烈集体荣誉感

服务强调的是团队精神，客服人员需要互相帮助，必须要有团队精神。什么是一支足球队的团队凝聚力？人们常说这支球队特别有团结精神，特别有凝聚力，是指什么？这是指每一个球员在赛场上不是为自己进球，所做的一切都是为了全队获胜。而客服人员也是一样，你所做的一切，不是为表现自己，而是为了能把整个企业客户服务工作做好。

要求二：心理素质

良好的心理素质是客服人员综合素质的重要组成部分，一个情绪不稳定、性格孤僻、人际关系紧张的服务人员是不可能做好客服工作的，良好的心理素质是需要凭借自身的不断努力练就的。

➢ 积极的心态

心态的好坏直接关系到你的成败：

◆ 心态就是对于跟自己相关事物所作的反应，它有时是进取的，有时是瘫痪的，大多数人都处于直觉的状态。

◆ 月有阴晴圆缺，人有情绪高低，关键是不能在情绪低落的状态下太长时间。

◆ 行为是心态的反应。

◆ 人生所追求的大事都与心态有关。

◆ 决定你身价的是你的态度而非才能。

◆ 追求成功，要主宰自己命运的关键，全在于如何引导和掌握自己的心态。

➢ 应变力

对于客服人员非常重要的是处变不惊的应变力，所谓应变力是对一些突发事件的有效处理。给你带来一些真正的挑战。比如，超市里有个顾客来投诉了，可能喝了一点酒，进来就砸服务台。这个时候，作为客服人员，那该怎么办？有些服务人员可能一下就被吓哭了。从来没见过这种样子，顾客怎么这么不讲理？赶快报警吧！而一些非常有经验的客服人员就能很稳妥地处理这件事情。这就需要具备一定的应变力。特别是在处理一些恶性投诉的时候，要处变不惊。

➢ 挫折承受力

客服人员在遭受挫折打击后，能否坚强承受，这是一种素养，试想一下你被顾客误解的时候怎么办？还有就是在听完顾客大发雷霆以后，是否能平心静气？这些都是客服人员有可能面对的需要承受的挫折。

很多客服人员，每天都要面对各种各样顾客的误解，甚至辱骂，更有甚者，

顾客越过客服人员直接向上级主管投诉。有些投诉可能夸大其词，本来这个客服人员没有做得那么差，但到了顾客嘴里变得很恶劣，恶劣到应该马上被开除。那么主管在顾客走了以后就会找你谈话。因此，必须有承受挫折打击的能力。

➢ 自我情绪控制

情绪的自我掌控和调节能力是指什么呢？比如：每天接待 100 个顾客，可能第一个顾客就把你批评了一顿，因此心情变得很不好，情绪很低落，你也不能回家，后边 99 个顾客依然在等着你。这时候你会不会把第一个顾客带给你的不愉快心情转移给下一个顾客呢？这就需要掌控情绪，调整自己的情绪。因为对于顾客，你永远是他的第一个。特别是一些客户服务中心的在线服务人员，专门接电话的，一天要受理 400 个投诉和咨询电话。你需要对每一位顾客都保持同样的热情，做到这点很不容易。只要中间有一个环节出了差错，跟顾客有了口角，就很难用一种特别好的心态去面对下面所有的顾客。因此，优秀的客服人员的心理素质非常重要。

控制你的情绪的 5 个步骤：

◆ 确认你真正的感受。

◆ 肯定情绪的作用，认清它所能给你的帮助。

◆ 相信自己随时能够控制情绪。

◆ 要以振奋的心态采取行动。

◆ 总结过去与现在的经验，为将来打下好的基础。

要求三：专业素质

专业素质是指员工为完成其职责所需具备的素质，其分为营销类专业素质、技术类专业素质、顾客服务类专业素质等。客服人员要掌握顾客服务、顾客沟通、产品相关法律、法规等专业知识。在与顾客交流的过程中能够从产品和服务的多角度为顾客进行解释和劝说，让顾客更容易接受。

➢ 丰富的行业知识及经验

丰富的行业知识及经验是解决顾客问题的必备武器。不管做哪个行业都需要具备专业知识和经验。不仅能跟顾客沟通、赔礼道歉，而且要成为产品的专家，能够解释顾客提出的问题。如果客服人员不能成为业内人士，不是专业人才，有些问题可能就解决不了。作为顾客，最希望得到的就是服务人员的帮助。因此，客服人员要有很丰富的行业知识和经验。

➢ 熟练的专业技能

熟练的专业技能是客服人员的必修课。每家企业的客服部门和客服人员都需

要学习多方面的专业技能。

➢ **优雅的形体语言表达技巧**

掌握优雅的形体语言表达技巧，能体现出客服人员的专业素质。优雅的形体语言的表达技巧指的是内在的气质会通过外在形象表露出来。举手投足、说话方式、笑容，都表现你是不是一个专业的客服人员。

➢ **思维敏捷，具备对顾客心理活动的洞察力**

对顾客心理活动的洞察力是做好投诉服务工作的关键所在，这方面的技巧客服人员都需要具备。思维要敏捷，要具备对顾客的洞察力，洞察顾客的心理活动。

即时播报

客服管理师“钱”景看好

如今，越来越多的企业把注意力从单纯的市场营销转向客户服务，世界500强企业均设有专门的客户服务管理部门，一些跨国公司甚至把客户服务中心搬到中国。客户服务类职位在人才市场中异军突起，具备专业素养的客户服务管理人员十分紧俏。

近年来，国内的企业也日益重视客户服务，像通信、民航、银行、保险等行业都成立了客户服务管理中心。据人才市场有关人士介绍，目前国内直接从事客户服务管理工作的人员估计有50万～80万人，远远不能满足市场的需求。对客户服务管理人才需求量比较大的行业主要包括制造业、电信业、金融业、咨询业、零售业、餐饮娱乐休闲业、医疗业等。在权威机构发布的人才供求信息中，客户服务管理人才连续几年位居紧缺人才排行榜的前列。

目前，国内大专院校并无客户服务管理专业，许多学校只是将其作为市场营销专业教育的一个环节，社会上也没有专门机构对客户服务管理人员进行系统培训。而在欧美发达国家，客户服务管理人员基本都要持证上岗。

企业在招聘时对客户服务管理人员的学历要求不高，大专或高职学历即可，也有一些企业要求本科学历。在技能上通常有如下要求：

语言能力：熟练使用普通话，能听懂地方方言，具备一定的外语能力，跨国公司通常对外语有较高要求。计算机能力：打字速度快，能边接

试读结束：需要全本请在线购买： www.ertongbook.com