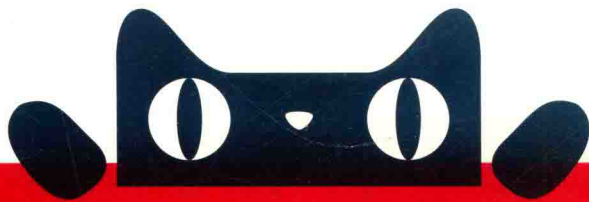


淘宝类图书实力派作者刘涛倾情力荐，
把话说到客户心里去的100种方法

淘宝客服

把任何东西卖给任何人

新突破电商 编著



系统：淘宝客服全流程，击破各个重点

权威：5年客服经验，8年淘宝运营经验

实战：列举了100多个典型场景，给出解决方案

图解：80幅引导性图片，难点一目了然

淘宝客服

把任何东西卖给任何人

新突破电商 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

这是一本关于淘宝客户的图书，目前针对所有的淘宝经营者、客服人员。本书共 15 章，讲述了淘宝客户的全部工作流程。例如，淘宝客服职业在电商市场的走红；淘宝客服工作必备的心理知识；客服工作的整个流程；赠送礼物的三种方法以及礼物的四种类型；淘宝客服在售中以及售后过程中对物流问题的处理；淘宝客服在工作过程中使用电话与客户沟通的技巧；如何获得客户 100%好评以及如何处理中差评让客户修改成好评的方法。

刚刚从事淘宝客服工作的新手们会发现一个问题，从网上四处搜索资料得到的经验可能并不适用于自己。比如，你可能看到别家客服总是打招呼说“亲，有货的，直接拍就可以了！”或者是“亲，有什么可以帮你吗？”，然而如果你按部就班，也像这样做，结果却并不尽如人意。

针对这种情况，本书所总结的经典开场白针对具体的情景制定了特定的开场白方式，可以有效吸引住客户。例如，逢人就赶型的开场白适用于面对客户刁难的情景。比如，客户说你家产品太贵，你可以表示无法退让，然后让客户去别家看看，货比三家，然后再做出购买决定。一般来说，这种答案可以让客户信服，并成功促使其下单。

除此之外，本书还从掌握客户心理、产品介绍、赞美客户、消除顾虑、应对讲价、刺激成交、赠送礼物、紧跟物流、电话沟通、争取 100%好评、处理中差评、处理退换货、处理投诉十三个方面展开讲述，告诉淘宝客服人员应该如何与客户沟通，如何用口才和技巧来处理与客户沟通中遇到的各种问题。淘宝客服人员可以有针对性地进行学习，有效提升自己的工作能力，并创造出出色的业绩。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

淘宝客服：把任何东西卖给任何人 / 新突破电商编著. —北京：电子工业出版社，2017.3
ISBN 978-7-121-30893-2

I. ①淘… II. ①新… III. ①电子商务—销售管理 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 022101 号

责任编辑：张月萍

印 刷：三河市良远印务有限公司

装 订：三河市良远印务有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱

邮编：100036

开 本：787×980 1/16 印张：14.75

字数：307 千字

版 次：2017 年 3 月第 1 版

印 次：2017 年 6 月第 2 次印刷

印 数：4001~6000 册 定价：49.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 zlt@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：（010）51260888-819，faq@phei.com.cn。

前言

淘宝客服在一定程度上决定着淘宝店铺运营的好坏，并进一步影响了店铺的生死。一些淘宝店长没有意识到客服的重要性，随随便便找个亲戚朋友做自己的淘宝客服，结果他们工作不尽职，使得店铺的生意越来越差，最终面临倒闭的风险。

与之形成反差的是，一些淘宝店创业者兢兢业业，凡事亲力亲为，既做店主又当客服，最后让店铺的生意非常火爆。在“双十一”“双十二”这样的购物狂欢节，他们为客户解决各种疑难问题，基本顾不上吃饭睡觉，忙得不亦乐乎。

淘宝客服是一项非常有技术含量的工作，有时还需要与客户斗智斗勇。假设在做新品促销活动的时候，只要客户给全五分好评，就可以拿到五元返现，结果有一个客户收货后联系你，要求先返现才给好评，你会怎么办呢？

一位业绩优秀的淘宝客服是这样做的，她先向这位客户耐心地解释了返现活动的流程，表示所有的店铺都是先好评才给返现的。可是这位客户非常坚持先返现，并声称不给他返现就给差评。

知道和客户讲不通后，这位客服想到一个办法，按照那位客户的逻辑反问道：“您一定要先返现才愿意给我们好评吗？”客户回答说：“是的，我是一个诚实的买家，不会说话不算数。”于是，客服没再说什么直接给这位客户返现了五元到支付宝。结果，刚收到返现成功的通知，客户的差评就来了，不仅说产品不好，还说客服的服务态度恶劣。

但这位客服没有慌张，随即将聊天记录截图发给了淘宝小二，说明了事情的原委。就这样，这位聪明的淘宝客服轻松挽回了店铺的形象，没有让这位客户得逞。

这样机智的淘宝客服还有很多，他们对淘宝店经营发挥着重要作用。据淘宝网官方数据显示，淘宝网招聘求职论坛在开通不到一个月时间里，就有近 5000 家淘宝网店发出了 1 万个招聘淘宝客服的需求，这一岗位的平均月薪在 3000 元左右。

如果说电子商务是一列不断前行的火车，那么淘宝客服就是推动火车前行的动力源。“国民老公”王思聪的绯闻女友雪梨（原名朱宸慧）、瑞丽模特张大奕，大学时代就开始开淘宝店的赵大喜等都是淘宝客服行业的网红。连“2016 年第一网红”papi 酱也已经开了自己的淘宝店，兼职淘宝店长与客服，成为当之无愧的“2016 年第一网红淘宝客服”。

淘宝客服职业的火爆吸引了众多刚刚踏入社会没有工作经验的年轻人。对他们来说，选择这一行业可以积累电商创业的工作经验，更好地为今后职业发展做铺垫。

然而，淘宝客服的工作并不容易。客户总是以自己为中心的，他们希望以最低的价格买到最好的产品，以最快的速度拿到产品。这就对淘宝客服的工作提出了一定要求，能否掌握淘宝客服工作的秘诀决定了你能否成为一名优秀的淘宝客服。

本书首先对淘宝客服工作进行了简要介绍，随后通过分析客户常见的十大心理为大家揭开了客户的面纱，让大家看到客户真实的面貌。紧接着，本书讲述了客服工作的整个流程，包括通过开场白“勾引”客户、向客户介绍产品、通过赞美拉近与客户之间的距离、回答客户的问题从而消除客户的疑虑、应对客户讲价以及在最后关头促使客户下单等。学习完这些知识，拿到客户订单基本上就是小菜一碟了。

另外，你还能学习给客户赠送礼物的技巧、处理物流问题的方法、使用电话与客户沟通的技巧，以及获得客户 100%好评和处理中差评和投诉的方法和技巧。

这是一本助你练就超级口才的秘籍，还提供了丰富的实战案例供你借鉴。如果你是一名淘宝客服或者淘宝店运营者，相信本书能让你看清客户的真实面目，与他们有效沟通，最终拿下千万订单不是梦。

从本书你能学到什么



本书和其他淘宝客服书的区别

现在网络上与淘宝客服有关的书很多，但是大多数只是对淘宝运营的一部分进行提及，缺乏系统性。因此，读者很难从中获取真正的实战价值，无法用在实操过程中。本书与其他同类书的四大不同之处如下。

1. 实战性强

本书从掌握客户心理、个性化开场白、产品介绍、赞美客户、消除顾虑、应对讲价、刺激成交、赠送礼物、紧跟物流、电话沟通、争取100%好评、处理中差评、处理退换货、处理投诉十四个方面展开讲述，告诉淘宝客服人员应该如何与客户沟通，如何用口才和技巧来处理与客户沟通中遇到的各种问题。淘宝客服人员可以有针对性地进行学习，有效提升自己的工作能力，并创造出色的业绩。

2. 结构清晰、系统性强

本书针对客服工作的所有重点内容展开讲述，力图将没有工作经验的新手客服培养为金牌客服。本书内容结构清晰，涉及客服工作的每一个环节，是网店创业人员、客服人员以及兼职人员的必备实操工具书。

3. 图文并茂，容易理解

在讲解过程中，凡是涉及操作方法或者具体数据的分析之处，都会附上详细的步骤以及图片，真正做到了条理清晰，通俗易懂，让新手读者也能直观地看懂。

4. 案例丰富，生动有趣

本书没有采用死板教条式的知识讲解方法，而是通过丰富具体的案例证明观点，让读者更容易接受。纵观全书，大量实战案例为淘宝客服新手们提供了操作模板，只要照猫画虎，就能成为一个像模像样的淘宝客服。

适合读者

- 电商行业创业者、经营者及管理者的
- 网店客服人员和兼职人员
- 其他销售类工作者
- 电子商务、经济管理等专业的学生
- 对网店运营有兴趣的其他人士

目录

第1章 电商时代的新产物——淘宝客服	1
1.1 淘宝客服的定义	1
1.2 让店铺人性化	5
1.3 影响店铺成交量	6
1.4 提供增值服务	7
1.5 阿里巴巴平台托起的新职业	8
1.6 电商崛起，“2016年第一网红”papi酱都入驻淘宝	11
1.7 “双十一”大战，淘宝客服功不可没	12
第2章 欲“攻城”，先“攻心”：掌握客户十大心理	16
2.1 从众心理，抓住客户致命弱点	16
2.2 好奇心理，巧用个性包装	18
2.3 逆反心理，不要强迫客户做决定	19
2.4 求“实惠”心理，设计性价比	21
2.5 求“便宜”心理，折价促销	23
2.6 求“安全”心理，派送试用品让客户先体验	25
2.7 求“方便”心理，送货上门	26
2.8 求“新潮”心理，推陈出新引领时尚	28
2.9 求“面子”心理，品牌为产品加分	29
2.10 对稀少产品的渴求心理，制造短缺现象	31
第3章 “勾引”客户的十大经典开场白	34
3.1 套近乎型	34
3.2 佩服惊讶型	35
3.3 逢人就赶型	35
3.4 风趣幽默型	36
3.5 始终如一型	37
3.6 热心帮忙型	37

3.7	东拉西扯型.....	38
3.8	善于倾听型.....	39
3.9	关门打烊型.....	39
3.10	忽忽悠悠型.....	40
第4章	产品介绍，把握交易关键步骤.....	41
4.1	摸清客户需求，参考马斯洛需求层次理论.....	41
4.2	找到客户兴趣点，有针对性地介绍产品.....	44
4.3	突出产品卖点，将优势放在开头.....	45
4.4	说明产品备受追捧，人气排名更有说服力.....	48
4.5	证明产品优质，具体案例可信度更高.....	53
4.6	回答客户疑问，30秒内回复.....	55
4.7	帮助客户理解，不使用专业术语.....	58
4.8	让客户信服，不夸大其词.....	60
第5章	巧用赞美，拉近客户距离.....	64
5.1	通过赞美让客户得到被重视感.....	64
5.2	真诚的赞美最难以抗拒.....	66
5.3	有针对性的赞美：头像、身材或所在地.....	70
5.4	通过第三方赞美增强可信性.....	73
5.5	赞美要把握分寸，恰到好处.....	74
5.6	给客户戴高帽，让客户走进“圈套”.....	77
5.7	积累常用的赞美语言.....	79
第6章	客户迟疑，给客户吃下定心丸.....	83
6.1	产品质量有无保证.....	83
6.2	产品颜色是否有误差.....	86
6.3	产品尺寸如何选择.....	88
6.4	产品样式是否过少.....	90
6.5	产品是否包邮.....	91
6.6	发货时间是否在24小时内.....	93
6.7	到货是否及时.....	94
6.8	产品是否包退换.....	95
6.9	售后问题是否能及时处理.....	96
第7章	客户讲价十大对策.....	99
7.1	比较法：与同类产品比价格.....	99
7.2	拆散法：说明产品组件价格.....	101
7.3	平均法：将投资平均到每一天.....	103
7.4	赞美法：夸赞客户品位高.....	103

7.5 得失法：虽然价格高，但是附加功能多	105
7.6 底牌法：表明已经是最低价位	107
7.7 诚实法：表明便宜没好货	110
7.8 分析法：综合分析价格、品质与售后服务	113
7.9 转向法：客观讲述同类产品弱势	115
7.10 提醒法：提醒客户假货泛滥，不要只看价格	117
第8章 临门一脚，提升成交率	119
8.1 限时促销，表明订购时限	119
8.2 限量发售，表明数量有限	120
8.3 优惠力度，表明随时恢复原价	122
8.4 赠送运费险，让客户安心	124
8.5 制造恐惧心理，迫使客户成交	126
8.6 步步紧逼提问，解决客户顾虑	129
第9章 赠送礼物，提升客户满意度	131
9.1 买一赠一：吃定贪心客户	131
9.2 优惠券：让客户养成成瘾性消费习惯	133
9.3 买就送：推广关联品	135
9.4 潮流礼：情人节送两颗巧克力	137
9.5 温情礼：给孕妇送婴儿用品	139
9.6 趣味礼：买零食送假面包	139
9.7 小样礼：护肤品销售必备	140
第10章 紧跟物流，不让客户等	142
10.1 选择靠谱的物流公司合作	142
10.2 给客户留言物流状态	144
10.3 客户急催发货	149
10.4 客户收到货物少件	150
10.5 客户称发错货	152
10.6 客户抱怨物流慢	154
10.7 客户反映货物受损	155
第11章 电话沟通技巧	158
11.1 常备笔和纸，做好过程记录	158
11.2 策划通话内容，保证3分钟之内讲完	161
11.3 主动称呼客户的名字	164
11.4 讲话时姿势端正，面带微笑	166
11.5 灵活掌握语速，视客户而定	167
11.6 不使用简略语和专业术语	170
11.7 确认信息，防止听错	171

11.8	设置结束语，与客户礼貌道别.....	172
11.9	在客户之后挂电话.....	174
第 12 章	让客户主动 100%好评策略.....	176
12.1	查看客户好评率.....	176
12.2	了解客户对产品与服务期望.....	179
12.3	耐心解决客户疑问，为其出谋划策.....	182
12.4	提供赠品等超预期惊喜.....	183
12.5	设置好评返现或好评有奖等活动.....	184
12.6	售后问题不推诿.....	187
12.7	电话回访，提醒客户好评.....	189
第 13 章	处理中差评问题，让差评师无话可说.....	190
13.1	选择合适的时间点与时机联系客户.....	190
13.2	认为产品是假货.....	195
13.3	对产品不满但不愿承担退货运费.....	195
13.4	担心拿不到退款.....	196
13.5	嫌补偿金额少.....	196
13.6	对操作步骤不熟悉.....	197
13.7	职业差评师攻防策略.....	197
第 14 章	处理退换货问题，最大程度降低损失.....	202
14.1	提供“七天无理由退货”服务.....	202
14.2	处理运费争议：谁过错，谁承担.....	204
14.3	指导客户进行退换货操作.....	208
14.4	延迟发货退款案例.....	211
14.5	七天无理由退货案例.....	211
14.6	质量问题退货案例.....	212
14.7	店铺红包售后退款案例.....	213
14.8	产品优惠券退款案例.....	213
14.9	支付宝红包退款案例.....	213
14.10	免单产品退款案例.....	214
第 15 章	处理客户投诉，挽回客户的心.....	215
15.1	第一时间联系客户.....	215
15.2	了解投诉原因是产品还是服务.....	216
15.3	耐心倾听客户抱怨.....	218
15.4	向客户致歉，平息客户愤怒.....	221
15.5	解释问题出现原因以及改正方法.....	223
15.6	切忌恼怒、与客户争辩.....	224
15.7	提供多元化补偿措施.....	226

第 1 章 电商时代的新产物——淘宝客服

随着电商市场以及网购的兴起，网店经营成为非常火爆的一项新事业。三只松鼠、良品铺子、阿芙精油、韩都衣舍等都是因为淘宝而一炮走红的店铺或品牌。在网店经营中，淘宝客服作为一个全新的职业扮演着关键角色。无论是网店推广、产品销售还是客户维护，淘宝客服都发挥着极其重要的作用。本章大家首先来了解淘宝客服这个电商时代的新产物。

1.1 淘宝客服的定义

淘宝客服是指通过淘宝店铺为客户提供解答和售后等服务的工作者。淘宝客服的分工非常细致，有通过 IM（即时通讯）聊天工具、电话等解答客户问题的客服；有专门帮助客户挑选合适产品的导购客服；有专门负责处理客户投诉的客服；还有负责打包产品收发货的客服等。

淘宝客服既可以是兼职，也可以是全职，这都是根据商家要求而定的。当然，大多数商家希望客服的在线时间越长越好。下面为大家总结了淘宝客服的工作流程，内容如图 1-1 所示。

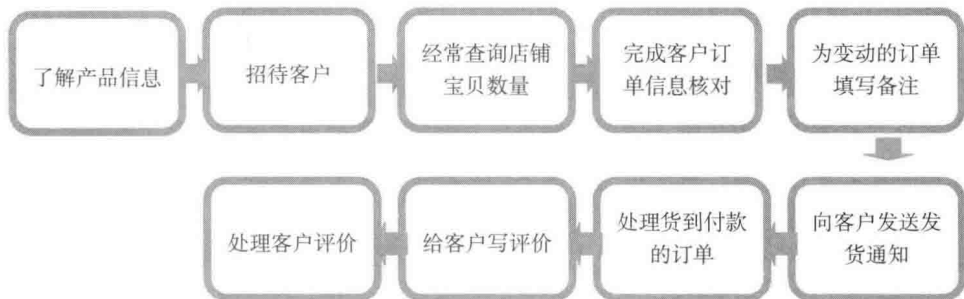


图 1-1 淘宝客服的工作流程

1. 了解产品信息

客户咨询的大多数问题都与产品有关，如果淘宝客服连自己的产品都不了解，就无法为客户提供服务。因此，淘宝客服首先要做的就是熟悉自己店铺的产品。传统公司在每一个新产品上市之前，都会对相关工作人员开展相关的产品培训。作为联系店铺和客户之间的桥梁，客服这个桥必须搭好，否则就会永远失去这个客户。对淘宝客服来说，对于产品的特征、功能、注意事项等要做到信手拈来，这样才能顺畅解答客户提出的各种关于产品信息的问题。

2. 招待客户

淘宝客服招待客户有两种方式，一种是利用阿里旺旺等即时通讯工具和客户进行沟通；另外一种是通过电话与客户进行沟通。大多数情况下，淘宝客服都是在利用阿里旺旺与客户进行线上沟通，少数时候需要接听客户打进来的电话。如果是接听客户的电话，淘宝客服需要更加具有灵活变通性，因为电话沟通没有足够的时间进行思考。

3. 经常查询店铺宝贝数量

有时候，你会在招待客户过程中发现客户看上的某款宝贝已经没有库存了，这就会导致订单损失或者延迟发货的情况，最终影响店铺口碑。因此，淘宝客服应当经常查询店铺宝贝的数量，看实际库存是否充足。如果发现宝贝库存不足，要及时补货，而不是等到库存为零时再处理。页面上的库存与实际库存是有出入的，所以客服需要到网店管家当中查看宝贝的实际库存量，这样才不会出现缺货发不了订单的情况。

4. 完成客户订单信息核对

有些客户经常帮朋友买礼物，这时就需要填写朋友的地址以及电话，然而一些粗心的客户会忘记这件事，默认为自己原来使用的收件信息。因此，在客户付款之后，淘宝客服需要和客户核对一下收件信息。这一做法不仅可以降低店铺损失，还可以让客户感受到贴心服务。在核对客户订单信息的同时，还要提供店铺提供的快递公司有哪些，让客户选择。如果客户没有明确表示，再发默认的快递。

5. 为变动的订单填写备注

如果客户订单信息是正确无误的，而且没有在备注中做特别说明，淘宝客服就可以省去这一部分工作。但如果客户订单信息发生变动，淘宝客服就有责任和义务将变动反馈出来。只有这样，负责后续工作的同事才能知道订单信息有变，从而采取相应措施。一般情况下，淘宝客服用小红旗来备注，里面填写上变动事由、修改人工号以及修改时间。

6. 向客户发送发货通知

调查发现,很大一部分客户在网购过程中都非常关注物流问题。不管发货快慢,在货物发出去之后,用阿里旺旺或者短信给客户发条信息,告诉客户宝贝已经发出,可以增加客户对店铺的好感。对于下单但是还未付款的客户,淘宝客服可以在截单前通过阿里旺旺告诉客户快到截单时间了,如果现在付款当天就可以发货。

对于客户来说,下单未付款有三种情况:第一种是忘记付款了;第二种是一时冲动拍下,但是没打算购买;第三种是重复拍单。下单未付款的三种情况如图 1-2 所示。



图 1-2 下单未付款的三种情况

针对第一种情况,淘宝客服可以进行催单;针对只是一时冲动拍下的客户,淘宝客服可以手动关闭订单。尽管淘宝系统有自动关闭无效订单的功能,但是为了方便其他同事工作,需要淘宝客服手动关闭。针对第三种情况,淘宝客服也可以手动关闭。解决客户下单未付款的问题关键在于与客户联系,问清楚购买意向。

7. 处理货到付款的订单

一般情况下,用支付宝或者蚂蚁花呗付款比货到付款更加便宜一些。但是很多客户没有注意到这一问题,于是在购物的时候选择了货到付款。在这种情况下,客户收到货物的时候,发现需要支付的价格比网站上贵一些,于是自认为店铺欺骗了他们,选择拒收订单。如果仅仅是拒收订单,那还好一点,毕竟商家只需要多支付一些快递费用就好了。但如果客户认定商家在欺骗,那么店铺将损失一笔笔订单。

因此,淘宝客服在看到货到付款的订单后需要立即联系客户,告知其货到付款的具体情况。如果客户依然选择货到付款,那么就可以继续进行后续工作,否则就需要让客户重新下单。

一个淘宝服装店铺因为这项工作没有做好，导致很多货到付款的订单都被客户拒收。最后，该店铺一旦出现货到付款的订单，客服就会向客户打电话确认。在这种情况下，虽然店铺的电话费用支出增多了一些，但是正常情况下非快递因素的拒收率为零。

8. 给客户写评价

在交易结束之后，淘宝客服需要给客户做出评价。在评价客户的过程中，可以适当推荐自己的店铺，这相当于免费给店铺做了一次广告。

9. 处理客户评价

对于客户的好评，淘宝客服需要回复表示感谢。比如，某淘宝店铺客户评价说：“衣服确实不错，款式很好，很暖和，值得好评。买之前还犹豫不决，担心羽绒服太臃肿，收到衣服穿上后发现很修身。”这时，淘宝客服给予了回复并表示感谢：“亲爱的，感谢您的惠顾。我们付出真心，追求卓越！我们很荣幸可以与您一路同行，您的满意是我们永恒的追求！期待与您再次相遇，祝您生活愉快，万事如意！”

对于客户的中评，淘宝客服需要回复表示歉意。店铺经营过程中收到中评是非常常见的，这时客服不能抱怨泄气，而是需要解决问题，争取让客户更改评价。

客户给中评一般有三种情况：一是客户收到宝贝后发现不如自己想象中的好或者有色差，于是给出中评；第二种是质量有问题，但是不愿意与客服联系，于是直接给中评；第三种是客户故意找茬给中评，想要威胁客服谋取利益。对于前两种情况，客服应当与客户积极沟通，争取得到客户理解。如果很不幸是第三种情况，需要截图保存，在后期进行申诉，避免吃亏上当。

对于客户的差评，淘宝客服需要保持友好的态度，解决客户的问题。客户之所以给出差评，除了职业差评师的情况以外，一般都是因为产品出现重大问题，包括产品在物流过程中出现损坏、产品质量差、与描述完全不符等。此时，客服除了保持友善态度以外，还应该针对客户的问题给出解决方案，最大限度地让客户满意。

比如，某淘宝店铺客户差评称：“衣服料子很薄，一刮就坏；做工不精致，有线头，还有开线出线的地方。”于是，该店铺淘宝客服回复说：“非常遗憾衣服没有让您满意，这款羽绒服采用优质的鹅绒作为填充物，因为是无胆布鹅羽绒服，有轻微钻绒是正常现象，对人体没有伤害。请参考洗水唛洗涤保养。如果还有任何疑问欢迎联系在线客服，很乐意为您服务。”

在淘宝店铺的经营过程中，客服与客户的交流与沟通是非常重要的。可以说，提升淘宝客服的服务水平是开淘宝店铺的关键之一。只有客服提供的服务让客户满意，淘宝店铺的生意才能蒸蒸日上。

1.2 让店铺人性化

一些淘宝商家为了吸引客户，将店铺装潢得非常华丽，包括各种漂亮的产品图、抓人眼球的广告语、各种五花八门的折扣优惠信息……然而，作为一个网店，你怎么让它提供人性化服务？

店铺装修漂亮点确实能吸引客户眼球，广告折扣宣传也是必要的，但是尺度把握非常重要。有些淘宝店铺给出的优惠让客户感觉不花钱随便拿似的，这就让客户产生了反感，于是不再停留。

对于淘宝店铺来说，最重要的不是装修、不是折扣，而是人性化服务。如果说人性化服务是网店的灵魂，那么淘宝客服就是人性化服务的源泉。假如客户来到你的店铺购物，那么怎样让他再来甚至向他身边的朋友推荐？下面看两个案例。

一、客户去某淘宝店铺购买衣服，下单后顺便询问：你们家有没有某某巧克力？最近工作忙没空去买，有的话也订一点。

第一个客服说：我们家只有衣服没有巧克力，抱歉了！

第二个客服说：我们家只有衣服没有巧克力，不过您说的那款巧克力我也很喜欢，我可以帮您问问看，抱歉了。

第三个客服说：这么巧，我也非常喜欢那款巧克力，正想去买一些呢！我知道有一家专卖店有这种巧克力，不仅是正品，而且价格也比别家便宜。我买好了和衣服一起邮给你。以后您忙的时候需要买些什么告诉我，我朋友那各种零食都有，很方便。（注：这位客服从不吃巧克力、没有认识的专卖店、没有朋友卖各种零食）

二、春节快到了，客户去某淘宝店铺购买食品准备过年带回老家。结尾的时候，客户问道：有适合年纪稍大的人吃的食品吗？我妈牙齿不太好，太酸太甜都吃不了。

第一个客服说：有的有的，某某产品在老年人中非常受欢迎，别人家过节都涨价了，只有我家是原价。

第二个客服说：有的有的，某某产品在老年人中非常受欢迎，酸甜适度，入口即化，非常适合牙齿不好的老人吃。

第三个客服说：有的有的，某某产品在老年人中非常受欢迎，难得过年回家，孝敬孝敬爸妈是应该的，我给你打个八折，算是一点心意。另外，我这还有一种适合老人吃的饼干，送两包给你爸妈尝尝，也替我问候一下叔叔阿姨。如果叔叔阿姨喜欢，下次再买。辛苦了一年，回家路上多保重。

两个简单的事例，将淘宝客服如何提供人性化服务体现得淋漓尽致。可以这么说，谁家的店铺专注于高品质的服务，谁家的客服用全身心去和客户真情互动，那么谁家的店铺就会成功。

对于淘宝店铺来说，单纯靠产品图片非常难获得客户信任的，毕竟美图秀秀的杀伤力尽人皆知。面对被美化过的图片，客户既看不到产品的本身，也看不到商家本人来了解产品的各种实际情况，因此往往会产生怀疑和距离感。在这种情况下，客服提供的人性化服务就让店铺增加了一丝丝人气。客户通过与客服在网上的交流，可以逐步了解商家的服务态度以及其他，从而对店铺建立人性化的印象。

这样，客户才能逐渐放下戒备，给予店铺信任。信任是当前社会最昂贵的东西，尤其做生意，获得客户的信任远远超越了产品的价值。

1.3 影响店铺成交量

影响店铺成交量的关键因素有四个，包括销量、描述、口碑和客服，如图 1-3 所示，本节重点讲客服。

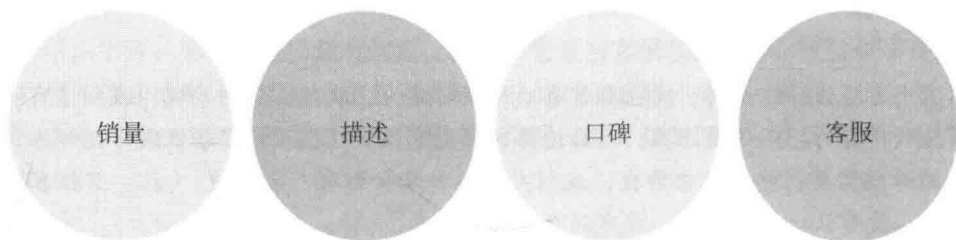


图 1-3 影响店铺成交量的关键因素

一般来说，客户不进行咨询直接购买产品的情况是比较少的，除非产品特别火爆，而且客户又非常中意。大多数情况下，客户会在购买之前针对不太清楚的内容询问淘宝客服，包括产品尺寸、优惠措施等。淘宝客服如果能及时地回复客户的疑问，可以让客户及时了解需要的内容，从而立即达成交易。因此，我们说淘宝客服在很大程度上影响着店铺成交量。

如果客户已经被你的产品描述打动，而且产品销量以及好评率也都可以，他就可能通过阿里旺旺联系你。对于一个淘宝店铺来说，这是极其关键的一步。因为到了这一阶段就说明距离生意谈成只差临门一脚了，这个阶段是决定能否成交的最后一个环节，占成交的比重中超过 90%。

因此，淘宝客服需要明白自己的三大任务，内容如图 1-4 所示。只有明白这三点，淘宝