

中国家用电器维修协会
服务顾客满意
系列培训教材

家电、IT、通讯等行业服务人员理想教材

顾客服务现用现查

电话服务

刘松 兰苓 张维作 莫炫 编著

服务企业内部训练

服务人员自我进修

求职择业岗前速成

中国商业出版社

顾客服务现用现查 电话服务

刘松 兰苓 张维作 莫炫 编 著

中 国 商 业 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

电话服务现用现查/中国家用电器维修协会编. ——北京:中国商业出版社, 2006. 1
服务顾客满意培训教材
ISBN 7-5044-5565-2

I. 电... II. 中... III. 日用电气器具-工业企业管理:销售管理-技术培训-教材
IV. F407.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 001707 号

责任编辑: 常 勇

中国商业出版社出版发行
(北京广安门内报国寺 1 号 100053)
新华书店总店北京发行所经销
国宇印刷厂印刷

*

787mm × 1092mm 16 开本 9.37 印张 字数 450 千字
2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷
定价: 60.00 元 (全三册)

* * *

(如有印装质量问题可更换)

中国家用电器维修协会服务顾客满意系列培训教材

编审委员会

主任：刘秀敏

副主任（按姓氏笔画为序）：

王振刚 吕松 村中建夫 秦健 谢伟锦

曹明月 解居志

委 员（按姓氏笔画为序）：

王艳梅 兰苓 朱立恩 任贤全 李秀琍

刘松 张维作 杨朝辉 郭伊萍 莫炫

编者的话

Telephone Service

随着电子电器行业科学技术的发展，同类产品在技术、功能和质量方面的差距越来越小，产品的同质化倾向越来越强，同类产品除了外观设计不同之外，从功能到质量，都很难分出高低。另外，消费者的理念也在发生着重要的转变。在产品同质化和竞争白热化的环境下，品质已经不再是顾客消费选择的主要标准，越来越多的客户更加看重的是商家为其提供的服务质量。“产品是有形的服务，服务是有形的产品”的观念深入人心，为树立统一的行业服务规范，进一步提升电子电器服务行业服务水平，中国家用电器维修协会策划出版系列培训教材。这套教材以服务人员的服务技能为主线，涉及不同的工作内容，不仅适合于本行业服务人员作为服务的指导教材，同时也适用于其他行业的岗位工作人员，如银行、餐饮、电信、通讯、IT业等。这套系列培训教材的作者包括行业领导、国内著名教授和企业高级管理人员等。

系列培训教材的特点：

1. 选材实用性。本套系列培训教材按照岗位服务人员的工作流程编写，贴近服务的实际工作，实用性强。
2. 内容针对性。本套系列培训教材与电子电器行业岗位工作人员的专业工作密切相关，针对性强。
3. 学练互动性。本套系列培训教材设计了与各种技能点相关的案例分析、游戏、练习等，起到学用结合的效果。
4. 体系灵活性。本套系列培训教材突破以往编书惯用的体系，主要采用新颖实用灵活的体系结构。

系列培训教材使用方法：

（一）个人如何使用本套系列培训教材：

1. 作为自我提高、自助学习的参考教材。无论是刚涉足服务行业人员还是已经从事此行业一定时间的人员，都可以从本套系列培训教材中找到自身需要提高的地方。

2. 作为现用现查的指导工具。当服务人员在服务中遇到问题一时不知如何处理时，可以参阅本书相关的技能点，会找到规范的处理方法。

（二）企业如何使用本套系列培训教材：

1. 作为员工培训和考核的教材。本套系列培训教材设计是按照岗位人员的工作技能点和流程展开，企业可以选择本套系列培训教材对员工进行系统培训，从而进一步提升企业的服务质量和水平。

2. 作为工作规范化的参考手册。本套系列培训教材提供了一些规范的岗位素质要求与法律法规等内容，进一步促进企业工作的规范化、系统化。

系列培训教材中的学习模块包括：

技能点名；

主题词；

适用情景；

技能描述；

实用范例；

牢记要点；

实践练习。

我们希望本套系列培训教材能够对您提供切实的帮助，让您在维修服务工作中做得更加优秀，能够起到以下效果：

1. 提高服务人员综合素质和专业技能；
2. 提升企业服务品牌形象；
3. 取得客户的信赖，获得更多的客户忠诚；
4. 在市场竞争中处于不败之地。

编审委员会

2005年12月

前言

Telephone Service

家用电子电器行业的竞争正由产品的技术竞争逐渐转换为服务的竞争,从售前、到售中、再到售后的每一个服务环节,如前台服务、电话服务、卖场服务、送货安装服务、送修服务、上门服务等无不作为企业服务管理的重点。中国家用电器维修协会为提高行业服务水平,将陆续编撰系列培训教材。分别针对不同岗位工作人员而编写。

呼叫中心作为提高客户服务质量的重要手段不断引起人们的重视,家电业、IT业、家电、银行、证券、通讯和电信等行业越来越多的应用呼叫中心为顾客提供产品购买或服务咨询等方面的服务。

电话联络是一种“只闻其声,不见其人”的沟通方式,这也增加了沟通的难度;同时,由于服务热线随时会面对各种各样特点的顾客,应对各式各样的问题,为了保证对顾客服务的高效率、高水平,提升服务顾客满意,电话服务人员必须经过专业、全面的培训。

本教材主要针对电子电器行业呼叫中心的座席人员编写。同时适应于其他行业,如银行、证券、通讯、电信和IT业等呼叫中心,或电话接待人员的自我学习、企业内部的培训和应用。内容主要涉及座席人员的岗位职责、从业规范、客户服务理念的塑造、专业素质的培养,以及电话咨询、呼入电话处理、呼出电话处理、投诉处理、客户回访等工作中的主要技能点,同时配有与技能点相关的案例和练习,便于读者进一步加深理论知识的理解和认识。

本教材编写特别得到海尔集团和美的日用家电集团的大力支持,教材中配有海尔集团和美的日用家电集团呼叫中心服务管理规范和相关图片,为行业提供了很好的借鉴,在此特别表示感谢!

目 录

Telephone Service

第一章 岗位认识和服务理念

技能点 1	什么是呼叫中心.....	2
技能点 2	呼叫中心服务人员的岗位职责.....	5
技能点 3	呼叫中心服务人员的职业生涯规划.....	7
技能点 4	如何认知我们的客户.....	9
技能点 5	如何树立良好的客户服务意识.....	11
技能点 6	提供何种服务才能让顾客满意.....	13
技能点 7	如何提高客户的忠诚度.....	16
技能点 8	电话服务中的良好习惯.....	18

第二章 座席人员专业素质的培养

技能点 1	座席人员基本素质的培养.....	24
技能点 2	如何培养积极的工作心态.....	26
技能点 3	电话交谈要正确使用语言.....	28
技能点 4	如何塑造专业的声音.....	33
技能点 5	电话服务时的姿势和表情.....	36
技能点 6	如何把握电话中的节奏.....	38
技能点 7	电话开篇如何吸引客户的注意力.....	40
技能点 8	座席代表的压力减缓与心理调适.....	42

第三章 咨询电话业务及业务登记

技能点 1	接听呼入电话的步骤.....	46
技能点 2	倾听的技巧.....	48
技能点 3	提问的技巧.....	53
技能点 4	如何做好客户分类.....	56
技能点 5	客户需求阶段分析.....	60
技能点 6	如何专业化介绍产品和服务.....	63
技能点 7	客户资料的登记确认和整理.....	65

第四章 呼入电话的处理

技能点 1	呼入电话的沟通技巧.....	69
技能点 2	接听电话的礼仪.....	72
技能点 3	对男性客户的说服技巧.....	76
技能点 4	对女性客户的说服技巧.....	78
技能点 5	对不同性格的客户采取不同策略.....	81
技能点 6	对老实型客户的服务技巧.....	84
技能点 7	对犹豫型客户的服务技巧.....	86
技能点 8	对沉默客户和健谈客户的应对技巧.....	89
技能点 9	如何应对“头疼客户”(上).....	92
技能点 10	如何应对“头疼客户”(下).....	94

第五章 投诉电话

技能点 1	客户投诉的原因与需求.....	97
技能点 2	如何避免与客户争执.....	100
技能点 3	处理投诉的方法和步骤.....	102
技能点 4	投诉处理的沟通技巧.....	104
技能点 5	客户抱怨的处理方法.....	108
技能点 6	电话抱怨处理的注意事项.....	112

第六章 客户的回访与呼出销售

技能点 1	呼出电话前的准备.....	116
技能点 2	什么时间给客户拨打电话较为适宜.....	119
技能点 3	电话拨通后的礼仪.....	120
技能点 4	售后服务回访的内容.....	121
技能点 5	跟进销售性回访的技巧.....	123
技能点 6	客户异议的回应技巧.....	127
技能点 7	对方拒绝的原因及应对技巧.....	130
技能点 8	客户维系的技巧.....	133

附录 相关法律法规

第一章

岗位认识和服务理念

由于中国经济的快速增长,企业竞争和服务意识的提高,电话普及率的逐年提高、电信资费的下调、互联网的迅速普及和WTO的影响等因素作用,促使采用电话进行服务和销售的形式已为越来越多的行业、企业及用户所接受和应用,并在总体市场规模中呈高速增长的态势。

呼叫中心作为电话服务的典型代表,在服务与销售各环节中起到越来越重要的作用。

技能点1 什么是呼叫中心

主题词 呼叫中心 中心认识 作用和功能

适用情景 需要了解呼叫中心的基本概念、作用和功能时, 查看此部分



技能描述

“呼叫中心”是一些企业为实现与客户沟通、服务而设立的系统。企业为了密切与用户的联系, 应用计算机的支持, 利用电话作为与用户交互联系的媒介。而设立的系统, 称为“呼叫中心”(Call Center-CC), 通常也可称之为“电话中心”。

1. 呼叫中心的概念

呼叫中心在国外又被称为客户服务中心(Customer Care Center-CCC), 它是一种基于CTI(Computer Telephony Integration)技术的一种新的综合信息服务系统, CTI技术是将计算机技术、数字信号处理技术与电话应用紧密结合, 对以电话形式为主的销售业务、服务或咨询业务的发展具有深远的意义。

呼叫中心系统是CTI技术的典型应用, 它是以电话接入为主的呼叫响应中心, 可为用户提供各种电话式的响应服务。

2. 呼叫中心的作用

呼叫中心的具体作用可以归纳为: 提高企业服务质量, 达到让客户满意, 使得用户数和营业收入不断增加, 并形成良性循环, 降低服务成本; 通过呼叫可增加企业直销, 减少中间周转环节, 降低库存; 改善内部管理体制, 减少层次, 优化平面式服务结构, 提高工作效率; 宣传并改善企业形象, 扩大企业影响, 提高企业的社会效益。此外, 企业还可以对收集到的大量信息和数据进行分析, 为企业的进一步发展和决策提供依据。

3. 现代呼叫中心要逐步具备的功能

(1) 能够提供每周7天, 每天24小时的不间断服务, 并允许顾客在与座席代表交流时选择语音、IP电话、电子邮件、传真、IP传真、文字交谈或视频信息等任何通信方式。

(2) 能够通过有关渠道, 掌握一些顾客的相关信息, 让服务人员在服务前做到心中有数。

(3)呼叫中心并非有些人平时认为的支出中心,而应是有良好的社会效益和经济效益的收入中心。

(4)呼叫中心对外是面向用户,对内则是与整个企业相联系,与整个企业管理、服务、调度、生产和维修结为一体,它还可以把从用户那里所获得的各种信息和数据全部贮存在数据库中,便于企业做分析和决策之用。

(5)呼叫中心采用最现代化的技术,有良好的管理系统。随时可以观察到呼叫中心运行情况和服务人员的工作情况,便于为用户提供最优质满意的服务。



牢记要点

对呼叫中心的基本认识:

- ◆ 呼叫中心的概念
- ◆ 呼叫中心的作用
- ◆ 现代呼叫中心要逐步具备的功能



实用范例

呼叫中心在中国家电业中的应用:

家电行业是中国市场化程度最高的行业之一,它在市场经济的冶炼中逐渐成熟,并逐步走向国际市场。在经历了以降价、技术创新为主要手段拼抢市场份额的家电战之后,竞争形式来势升级。国内家电企业更多地将目光转向了客户服务。据调查,国内有2/3的企业开通了客户服务热线。客户服务的提升不仅仅需要在企业观念上的转变,还需要运用现代技术手段来完成。实践证明,最有效的手段当是借助呼叫中心。在国内,联想、海尔、TCL、美的等大型企业已经成功运用呼叫中心,为客户服务,从而提高了品牌价值。呼叫中心在家电行业的出现是家电企业提升客户服务水平的标志。



实践练习

【自检】

结合自己所在的工作岗位,谈谈你对呼叫中心特有的认识。

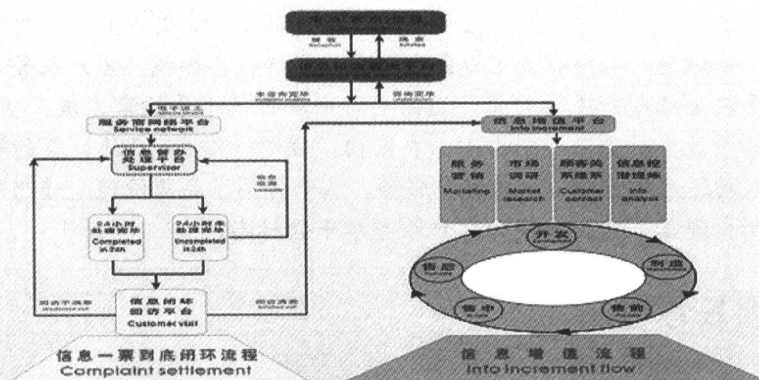


海尔服务

**Haier**

客户服务信息闭环增值流程

Haier Customer Service Flow



真诚到永远

技能点2 呼叫中心服务人员的岗位职责

主题词 呼叫中心 岗位认识 岗位职责

适用情景 了解呼叫中心不同服务人员的岗位职责时，查看此部分



技能描述

呼叫中心的主要功能是提供优质的服务和进行客户关系管理，降低成本，提高效率，达到客户满意，实现内部价值，获取信息并反馈给相关部门。成熟高效的现代企业中的呼叫中心中不同岗位服务人员具有不同的工作职责。

1. 呼叫中心负责人职责

(1) 组织呼叫中心全体值班人员开展正常的客户服务工作；

(2) 处理突发情况、重要事件和客户服务代表难以处理的问题；

(3) 指导检查各客户服务代表的日常工作情况；

(4) 制定值班表，安排值班人员。整理和分析呼叫系统的运行和统计资料；

(5) 做好工作考核、绩效评定工作。

2. 呼叫中心座席代表职责

(1) 负责全天24小时电话(或传真、互联网等方式)受理客户业务，包括咨询、投诉举报、电话增值业务和故障报修等。并做好有关记录，填报有关工作单并及时传送给相关部门；

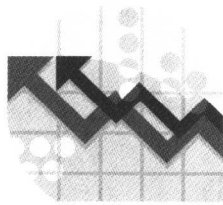
(2) 当呼叫中心座席人员判断出客户因问题复杂或解决不了时，应及时转给相关部门人员进行解决；

(3) 执行客户服务的“首问负责制”，即“谁受理、谁负责”的原则，进行全过程的跟踪服务与闭环管理；

(4) 使用规范性的服务用语，热情服务、礼貌待人，遇到难以解决的问题，及时请示汇报；

(5) 负责接纳和处理客户投诉举报与报修等事宜；

(6) 通过回访了解客户满意程度和其他相关需求。



做好本职工作，你就能一步一步地向前



牢记要点

呼叫中心中不同岗位服务人员的工作职责：

- ◆ 呼叫中心负责人职责
- ◆ 呼叫中心座席代表职责



海尔服务

岗位人员资质篇：

- | | |
|----------|-----------------------------|
| ◆ 客户服务意识 | 有效解决客户问题，确保客户满意 |
| ◆ 独立工作能力 | 独立操作，耐心细致，负责任 |
| ◆ 电脑操作技能 | 电脑操作常识，中文录入60字/分钟
(使用五笔) |
| ◆ 质量意识 | 注重细节和准确率，寻求持续改进服务 |
| ◆ 声音质量 | 声音甜美亲切，普通话标准 |



实践练习

案例描述

某客户新购买的冰箱不制冷，曾几次连续向维修站报修，并在此期间找过维修部的服务主管说明过情况，但一直未得到圆满的解决。因此，他再次拨通了800电话服务台，电话服务人员进行了耐心的解释，但未得到客户的认同。该客户情绪还比较激动，并强烈要求要直接与服务经理进行沟通，不再听服务人员的解释。如果是，你怎么办？

其实你可以做得更好

服务人员应了解自己的岗位职责。对于通过自己的能力实在无法解决的问题，应当及时与负责人员取得联系，详细介绍整个事件发展的经过和现阶段处理的情况，并告知客户的联系方式，以便问题能够得到及时、圆满的解决。

技能点3 呼叫中心服务人员的职业生涯规划

主题词 呼叫中心 岗位认识 职业生涯规划

适用情景 及时做好职业生涯规划，创造成功的人生



技能描述

良好的职业生涯规划对于呼叫中心服务人员来说是很重要的。在职业生涯发展上，座席代表要树立起信心，在呼叫中心积累的与客户沟通的能力是其今后众多职业走向的最佳基石，在座席代表岗位上工作一段时间，会给自己的一生积累到一笔别人无法拥有的重要人生资产。

1. 座席人员≠接线员

一般人认为，呼叫中心座席人员就是电话接线员或处理琐碎事务的“打杂工”，技术含量低，专业性不强，人人都能够胜任。其实不然，座席人员是连接企业与个人的“桥梁”和“纽带”，承担着企业与顾客之间传递服务的重要工作。

具体的工作内容包括：解答顾客的咨询，满足顾客的需求；将顾客有价值的需求和建议向内传递给企业，为企业进行相关市场决策提供有力的依据；挖掘顾客的消费需求，了解顾客的消费动态，找寻有价值的重要客户及群体，并将企业内部的营销策略向外传递给顾客，为企业增效创收等。

2. 职业生涯规划对于职业成功的重要性

人生在世，谁都想成就一番事业，然而如何才能使事业获得成功呢？职业生涯规划会为你提供成功的技术与方法，可以使你充分认识自己、客观分析环境和科学地树立目标。应当正确恰当地规划职业选择，采取有效措施，克服职业生涯发展的困难，避免人生的陷阱，从而获得事业的成功。



你是否思考过自己
的职业生涯呢？

规划推行步骤包括：个人能力的评价、市场需求、工作环境因素的评价、在市场竞争中的定位、个人发展目标、制定计划和措施、评估与回馈。

3. 座席人员的职业发展道路设计

在企业内部座席人员的职业发展除了走向呼叫中心管理或资深座席之外，进入到技术、市场、销售或公关等其他领域也可以作为职业发展的选择。座席

人员也可以在企业各部门间进行流动。如在一个岗位上做了若干年而且成绩优秀的服务人员，或是朝着客户服务部门主管方向发展，或是向设有资深或二线客户信息服务人员的客户服务机构方向发展，再就是向其他部门的更高一层职位发展。

座席代表还可以有其他的职业选择方向，譬如通过一段时间在呼叫中心中积累的工作经验，掌握较好的与人沟通的技巧，练就良好的语言表达能力，培养出非常好的心理素质，这些技能对于许多行业的职业都是十分有价值的，可以说是一笔非常宝贵的财富。如果能再积累到其他方面的专业知识，那么座席代表即使选择服务行业以外的其他行业职业也是非常可取的。事实上，客户服务机构员工的职业生涯规划有着非常广阔的选择。

座席代表有了发展目标就应为此目标制定计划、采取措施，还应注意要定期对目标实现的进程情况进行评估和反馈，以便能够及时地调整。



牢记要点

座席人员应对未来职业发展方向充满信心：

- ◆ 座席人员≠接线员
- ◆ 职业生涯规划对于职业成功的重要性
- ◆ 座席人员的职业发展道路设计



实践练习

【自检】

根据以下提供的职业生涯设计的一般流程，对自己的各阶段进行评价。

个人能力的评价→ 市场需求、工作环境因素的评价→ 你在市场竞争中的定位→ 个人发展目标→ 制定计划和措施→ 评估与反馈。