

林桂明 陈高如◎主编

电子商务 客户服务

DIANZISHANGWU
KEHUFUWU

电子商务客户服务

林桂明 陈高如 ©主编

图书在版编目 (C I P) 数据

电子商务客户服务 / 林桂明, 陈高如等主编. —北京:
企业管理出版社, 2014.4

ISBN 978-7-5164-0752-3

I. ①电… II. ①林… ②陈… III. ①电子商务—商
业服务—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第053350号

书 名: 电子商务客户服务

作 者: 林桂明 陈高如

责任编辑: 申先菊

书 号: ISBN 978-7-5164-0752-3

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.com>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68701073

编辑部 (010) 68456991

电子信箱: emph003@sina.cn

印 刷: 北京大运河印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170毫米×240毫米 16开本 18.5印张 285千字

版 次: 2014年4月第1版 2014年4月第1次印刷

定 价: 38.60元

版权所有翻印必究·印装有误负责调换

前言

随着信息技术和全球一体化的发展，企业经营环境发生了巨大的变化，网络应用的迅速发展，竞争模式日益更新，速度、知识和网络改变了竞争的规则。企业之间的竞争已从原先的以价格为中心的竞争转变为以客户为中心的竞争。因此，对客户服务专业人才的需求就更为迫切了。本书是顺应电子商务快速发展对客服专业人才的需求而编写的，是培养电子商务实战型人才的一本实用性教材。

本教材以客服岗位的工作流程为主线，在理实一体化理念的指导原则下，以项目驱动、任务引领的模式组织教材内容，突出实操内容，引入有用的案例对有关理论知识进行讲解。全教材共分6章，第一章认识客服，第二章售前准备，第三章售中服务，第四章售后服务，第五章语音客服，第六章客户关系管理。

由于时间仓促，水平所限，书中疏漏和不足之处在所难免，敬请使用本教材的师生批评指正，编者将不胜感激。

编者

2013.6



目 录

Contents

第一章 认识客服	1
1.1 基本知识	1
1.1.1 客户服务概述	1
1.1.2 电子商务客户服务概述	3
1.2 岗位认识	4
1.2.1 岗位设置	4
1.2.2 岗位职责	5
1.2.3 岗位要求	7
1.2.4 职业价值观	8
1.3 基本素质	11
1.3.1 心理素质	11
1.3.2 技能素质	12
1.3.3 综合素质	13
第二章 售前准备	15
2.1 企业文化	15
2.1.1 企业文化的认知	15
2.1.2 电子商务企业文化	19
2.2 商品知识	23
2.2.1 商品常识	23
2.2.2 商品的品牌价值	31
2.2.3 虚拟类商品知识	36
2.2.4 服饰类商品知识	40



2.2.5 数码家电类商品知识	48
2.2.6 日用百货类商品知识	51
2.2.7 食品类商品知识	54
2.3 相关知识	57
2.3.1 物流知识	57
2.3.2 付款知识	66
2.3.3 网络安全知识	71
2.4 促销活动送达	78
2.4.1 常见的促销活动	78
2.4.2 促销活动的送达	88
2.5 熟悉流程和规划	93
2.5.1 组织结构	93
2.5.2 工作流程	96
2.5.3 服务流程	98
2.5.4 交易规则	107
第三章 售中服务	114
3.1 沟通技巧	114
3.1.1 沟通概述	114
3.1.2 沟通礼仪	116
3.1.3 客户购物心理	118
3.1.4 客户需求认识	120
3.1.5 客户类型分析	122
3.1.6 有效沟通	123
3.2 沟通工具	124
3.2.1 阿里旺旺	124
3.2.2 淘宝 E 客服	126
3.2.3 TQ 洽谈通	145
3.3 客户接待	151
3.3.1 接待流程	151
3.3.2 友好迎客	153
3.3.3 接待咨询	154
3.3.4 推荐产品	155



3.4 处理异议	157
3.4.1 异议产生原因、类型	157
3.4.2 商品异议的处理	159
3.4.3 价格异议的处理	163
3.4.4 支付异议的处理	169
3.4.5 物流异议的处理	173
3.4.6 服务态度异议的处理	177
3.5 促成交易	185
3.5.1 促成交易的技巧	185
3.5.2 确认订单	189
3.5.3 礼貌告别	190
3.6 订单处理	191
3.6.1 订单处理	191
3.7 售中服务实训	192
3.7.1 客户接待实训	192
3.7.2 处理异议实训	193
3.7.3 订单处理实训	195
第四章 售后服务	197
4.1 售后服务流程	197
4.1.1 售后服务流程	197
4.2 正常交易的售后服务	200
4.2.1 查单查件	200
4.2.2 评价处理	204
4.3 纠纷交易的售后服务	210
4.3.1 维权处理	210
4.3.2 纠纷处理技巧	213
4.3.3 服务态度的纠纷处理	219
4.3.4 产品的纠纷处理	220
4.3.5 物流的纠纷处理	222
4.3.6 收付款纠纷的处理	224



4.4 售后服务实训模块	225
4.4.1 中差评处理实训	225
4.4.2 交易纠纷处理实训	228
第五章 语音客服	230
5.1 语音推销服务	230
5.1.1 语音客服概述	230
5.1.2 语音推销礼仪	232
5.1.3 语音推销技巧	236
5.2 语音售后服务	241
5.2.1 情绪管理与压力释放	241
5.2.2 语音售后服务礼仪	243
5.2.3 语音售后服务技巧	249
5.3 呼叫中心	254
5.3.1 认识呼叫中心	254
5.3.2 客服呼叫中心	259
5.4 语音客服实训模块	263
5.4.1 语音推销实训	263
5.4.2 语音售后服务实训	266
第六章 客户关系管理	270
6.1 客户关系管理基础	270
6.1.1 基础知识	270
6.1.2 开发新客户	273
6.1.3 维护老客户	277
6.1.4 客户关怀	281
6.1.5 会员管理	284
6.2 客户关系管理工具	287
6.2.1 客户关系管理工具	287



第一章 认识客服

要成为一名优秀的网店客服，首先应具有良好的从业心态和工作状态，认同企业文化；同时也应具备正确的职业价值观以及成为优秀员工的基本素养。

1.1 基本知识

1.1.1 客户服务概述

知识点引入

美国斯坦林电信中心董事长大卫·斯坦博格说：“经营企业最便宜的方式是为客户提供最优质的服务，而客户的推荐会给企业带来更多的客户，在这一点上企业根本不用花一分钱。”做广告通常能在短时间内获取大量的客户，产生大量购买行为，但是客户服务不是短期的，而是长远的。明智的企业知道如何为本企业树立起良好的口碑，良好的口碑会给企业带来更多的客户，而这种口碑不是广告做出来的，而是人与人之间、客户与客户之间信息的传递带来的，它可以使企业获利，这种获利是企业经营成本最少的一种方式。客户服务营销已逐渐成为企业决胜千里的有效利器。

一、什么是客户？

（1）客户就是需要服务的对象

在工作领域任何依赖你的人。

（2）客户是企业最重要的人

是一个最终为我们工资单付款的人；

是一个不应该与之争论的人；

是一个需要帮助的人。



二、什么是服务？

(1) 微笑待客

作为面部表情之一的微笑，在交际中的作用奇妙无比。中国有句俗语：伸手不打笑脸人，还有一句话：一笑值千金。微笑道歉、微笑拒绝、微笑握手，让人感到你的真诚和修养。

(2) 精通业务上的工作

(3) 对顾客的态度亲切友善

(4) 邀请每一位顾客做回头客

(5) 为顾客营造一个温馨的服务环境

三、什么是客户服务？

客户服务：是根据客户本人的喜好使他获得满足，而最终使客户感觉到他受到了重视，把这种好感铭刻在他的心里，成为企业的忠实客户。

四、什么是服务意识？

服务意识：全心全意、真心真意。

就是没有钱赚，依然为你提供服务，这叫服务意识，而国内服务普遍缺乏服务意识，现在的服务意识看似不错，比以前好很多，到哪里都很热情，因为那是有功利性目的性，是一种称之为销售的技巧。只有当你去投诉的时候，当你要求索赔的时候，依然对你笑脸相迎，能站在你的立场上思考问题，这个企业的客户服务才是真的做得不错。

五、客户服务的重要性

(1) 服务对于一个企业的意义远远超过销售

(2) 优质的客户服务是最好的企业品牌

有了出色的服务，就会有良好的口碑。什么是口碑？人们对某企业的赞同、认可或抱怨，这是一种口头广告，也是最有力的广告。

(3) 只有出色的服务才会使你具有超强的竞争力

客户光顾企业是为了得到满意的服务，不会在意那些只具有一般竞争力的服务。

(4) 优质客户服务是防止客户流失的最佳屏障

客户有权利选择最合适的企业，只有提供良好的服务才有可能防止客户的流失，让客户感觉到离不开你，因为你的服务太完美了，提供的服务太好了，他不愿意把你扔掉去冒险，去尝试其他的企业，即使那边便宜几元钱，但他不知道那边的服务



是好还是不好，这就是说要有良好的口碑。

1.1.2 电子商务客户服务概述

知识点引入

随着网络购物的兴起，电子商务的日益火爆，一个全新的职业——电子商务客服悄然兴起了，然而由于电子商务还属于新兴行业，网店客服也还是全新职业，因此相关的职业培训甚至指导，以及就业市场还没有建立，这让许多电子商务商家为到哪里去找到适合自己的客服而发愁。

一、电子商务客服概念

电子商务客服是承载着客户投诉、订单业务受理（新增、补单、调换货、撤单等）、通过各种沟通渠道获取参与与客户调查、与客户直接联系的一线业务受理人员。作为承上启下的信息传递者，客服还肩负着及时将客户的建议传递给其他部门的重任。如：来自客户对于产品的建议、线上下单操作修改反馈等。

二、电子商务客服的分类

（1）按形式划分

在线客服：可以通过旺旺、QQ、电话实时与客户沟通，主要在 C2C 购物市场。

语音客服：播放电话录音。

（2）按业务职能划分

售前客服

售后客服

三、电子商务客服的重要意义

电子商务客户服务，在网店的推广、产品的销售，以及售后的客户维护方面均起着极其重要的作用，不可忽视。

（1）塑造公司形象

对于一个电商公司而言，客户看到的商品都是一张张的图片和文字描述，既看不到商家本人，也看不到产品本身，无法了解各种实际情况，因此往往会产生距离感和怀疑感。这个时候，客服就显得尤为重要了。客户通过与客服的交流，可以逐步地了解商家的服务和态度，让公司在客户心目中逐步树立起店铺的良好形象。



(2) 提高成交率

通过客服良好的引导与服务,客户可以更加顺利地完成任务。

(3) 提高客户回头率

当买家在客服的良好服务下,完成了一次良好的交易后,买家不仅了解了卖家的服务态度,也对卖家的商品、物流等有了切身的体会。当买家需要再次购买同样商品的时候,就会倾向于选择他所熟悉和了解的卖家,从而提高了客户再次购买机率。

四. 更好的用户体验

电商客服有个很重要的角色就是可以成为用户在网上购物过程中的保险丝。



1.2 岗位认识

1.2.1 岗位设置

知识点引入

电子商务说小可以小,小到在网上开个小店儿卖东西;说大也可以大,大到成为像亚马逊一样的世界强企,有规模的电商企业对人才的需求也就呈多样细分了。而由于网购的特殊性,决定了电商客户服务人员在整个电商的购物流程中扮演了十分重要的角色,服务的好坏,直接影响到客户的订单率。所以电商企业对客服岗位的设置至少有本积件中提到的三种类型。

一、客服主管

职责描述:

管理客服接待客户咨询、销售商品,完成下达销售指标。

带领团队不断加深对商品的学习,提升咨询转换率。

负责收集客户信息,了解并分析客户需求,规划客户服务方案。

与营销部门配合,保证各类客户关怀活动的有效执行。

做好售后服务工作,及时准确地处理客户的反映或投诉的问题。

二、售前客服

职责描述:



处理客户的呼入电话，主动热情完成相应咨询、订购服务（以处理呼入电话为主）。

做好相应记录，处理、录入公司各活动数据统计。

主动推荐客户各项市场促销活动。

降低拒收退货率。

三、售后客服

职责描述：

负责解答顾客抱怨和投诉。

负责缺断货订单处理、售后退换货、快递异常等问题的处理。

回复顾客评价、处理后台顾客投诉以及店铺中差评。

做好记录，把各类投诉及问题进行分类并汇总分析。

1.2.2 岗位职责

知识点引入

分析购买决策形成过程的流程图：

售前的准备（产生需求），要求从宝贝介绍做好客户服务：宝贝介绍中的服务条款——在线时间、回复时间、退换货条件、折扣优惠标准和运输条款等；

售中的服务（交易过程），必须真诚沟通做好服务，与不同类型的客户沟通采取不同的沟通方式，最好建立常规的问答资料。

售后服务（客服延续），用好的服务留住客户，增加二次购买率。

引出电子商务客户服务的岗位职责简述：解决客人的疑问（关于商品、快递、售后、价格、网站活动、支付方式等疑问）、处理交易中的纠纷、售后服务以及订单出现异常或者无货等情况时与客户进行沟通协调。

一、任职资格简述

认同公司企业文化，忠诚度高；

了解不同类型的客户及本行业的发展状况；

注重内部工作协调；

有学习意识和团队意识；

薪资水平：1800 元 ~ 2500 元。



二、岗位职责内容

(1) 负责收集客户信息，了解并分析客户需求，规划客户服务方案

不同的客户群体有着不同的服务需求，只有从各种渠道收集客户信息，通过分类、个性化地分析，才能更了解不同客户群体的特别需求，根据客户需求制订服务方案，才能更好地促进销售。

(2) 负责进行有效的客户管理和沟通

作为一个淘宝客服，不能仅仅在客户购买商品的时候与其沟通，在日常的情况下，也需要对客户进行分类管理，跟客户主动沟通。

(3) 负责建立客户服务团队以及培训客户代表等相关人员

建立专业的客户服务团队、客户代表，经常性地对其培训，时刻关注客户的需求变化。

(4) 定期或不定期进行客户回访，以检查客户关系维护的情况

定期或不定期进行客户回访，以检查客户维护的情况，进行对比分析，及时更新维护方案，达到更好的效果。

(5) 负责发展维护良好的客户关系

日常客户维护中一定要用心，比如客户生日或者某些特殊的节假日联系客户，让客户感到我们的用心，增加回头客的量，带动其相关群体前来消费，让客户关系维护提高质量。

(6) 负责组织公司产品的售后服务工作

产品销售出去只是完成销售的一半工作，后一半就是售后服务。良好的售后服务也是好评的关键。甚至当商品真的出现瑕疵，良好的售后也能改变客户的购物心情，给其良好的印象。

(7) 建立客户档案、质量跟踪记录等售后服务信息管理系统

可以发现当下销售过程中，主要问题出现在哪儿，得到良好的解决，提高服务质量，进一步完善服务，完成上级领导临时交办的工作。

三、考核指引

(1) 考核频率

月度考核、季度考核。



(2) 考核主体

客户部经理、人力资源部。

(3) 关键业绩指标

客户服务方案提交的及时率、客户回访次数、产品成交率、客户档案完整率。

1.2.3 岗位要求

知识点引入

一个好的客服的三个基本功就是：心态、知识和沟通。

谦和的态度和专业的知识是必备条件，良好的沟通才是制胜的法宝。

本次课程主要介绍客服岗位要求的细则，目的在于在课程中有针对性的培养学生的岗位技能要求。

一、基本要求

(1) 学历

中专(职中)以上，具有企业管理、市场营销、客户关系管理等专业知识。

(2) 专业经验

一年以上客户工作经验。

(3) 个人能力要求

沟通能力、协调能力、谈判能力等。

二、专业技能要求

(1) 打字每分钟达 60 字以上，能够熟练应用 OFFICE 办公软件。

(2) 通过阿里旺旺和客户沟通，解答客户提出的各种问题，达成交易。

这是一个淘宝客服应该具备的最基本的能力，也是最重要的能力，淘宝是一个虚拟的网购平台，所有交易过程都需要也只能通过旺旺工具进行沟通，这种沟通的方式不是面对面的，具有一定的难度，不能准确地表达实际情况，文字在这个过程中起到关键作用，所以，一个合格的客服必须具备良好的语言组织能力和表达能力，能通过文字让对方正确的理解和掌握商品信息，同时也让买家了解卖家的服务态度和服务水平，一次愉快的交易往往是从售前咨询到售中协商，再到售后服务，最后到评价都离不开良好的沟通，任何一个环节都不能留给买家不好的印象，更不能得罪买家，任何情况下都不能说脏话和激怒买家的言语，适当的情况下可以引用淘宝



规则来处理。

(3) 认真细心,责任心强。

(4) 熟悉淘宝网,有销售能力,有过淘宝客服经验或开过淘宝店优先。

一个合格的淘宝客服,必须对店铺的商品了如指掌,这样才能做到胸有成竹,解释起来才更有说服力,而不是当买家咨询一些专业的知识时,回答的牛头不对马嘴,这不仅会让买家笑话,而且更有可能直接导致退货或中差评。但这种专业的能力不是一天两天就能掌握的,需要在平时和买家交流中,以及宝贝描述中不断地积累和总结,遇到问题多上百度搜一下答案,同样的错误不允许重复!从与买家的交流中是可以学到很多知识的,淘宝很多买电脑配件都是具有一定水平的,作为一名淘宝客服不懂的地方完全可以请教买家,这样不仅自己学了东西也会更容易搞好与买家的关系。

(5) 了解电子商务、网络营销与互联网络文化。

(6) 具有网店、网站,论坛推广促销和 SEO 的实际经验较强的网络营销能力,对目前电子商务平台推广有一定的熟悉与见解,敬业务实,能承受高强度的工作压力。

三、社会能力要求

(1) 培养良好的职业道德和职业素养;

(2) 塑造良好形象、仪态,培养人的沟通能力;

(3) 培养积极心态调整能力,良好的心理素质;

(4) 培养团结协作能力。

四、实例分析

试分析图例中的客服针对客户的提问,回答的是否合理。

1.2.4 职业价值观

知识点引入

提问:工作心态到底有多大的力量呢?

心态差,思想禁锢,能力下滑;

心态好,思想活跃,能力增强。

“态”是指比常人更“大一点的心”,心有多大,舞台就有多大。要有自发学习意识和自觉自愿的工作态度,树立良好的职业价值观,才能保证以良好的心



态迎接工作的挑战。本次课的内容主要介绍电子商务客户服务的职业价值观。

一、什么是价值观

指一个人对周围的客观事物（包括人、事、物）的意义、重要性的总评价和总看法。

像这种对诸事物的看法和评价在心目中的主次、轻重的排列顺序，就是价值观体系。人的行为的心理基础是由价值观和价值观体系所决定的。

二、电商客服的职业价值观

服务型和销售型企业，一般都会要求员工做到“以客为尊”，这与淘宝的“客户第一”是同一个道理，如表 1 所示。

表 1-1

以客为尊	
1	尊重他人，维护企业形象
2	换位思考，确保有效沟通
3	苦练服务意识和接待技巧

团队精神、团队协作都是企业最为推崇的价值取向，要求员工具有主人翁意识，积极地融入团队，乐于接受同事的帮助，同时也热情地帮助别人，来配合团队完成工作。在决策之前积极发表自己的建设性意见，充分参与讨论，决策以后无论个人是否持有异议，必须在言行上予以绝对的配合和支持，即使是思想上暂时没有相通，可以保留个人意见，但必须服从组织的统一安排。

表 1-2

团结协作	
1	富有团队精神，愿意帮助和配合同事
2	积极发表建设性意见，并用言行配合
3	乐于助人，主动分享业务知识和经验

迎接变化、求实创新也属于一般企业都会推崇的通用价值观，积极配合公司的战略决定和策略调整，理性对待各种变化，不抱怨，充分沟通，诚意协调，并尽快地适应。