

THE BIG BOOK OF
CUSTOMER SERVICE
TRAINING GAMES客户服务
培训游戏

(美)

Peggy Carlaw (佩吉·卡劳) 著
Vasudha Kathleen Deming (瓦苏达·凯瑟琳·戴明)

周璟 高采平 译



培

训丛书

THE BIG BOOK OF CUSTOMER SERVICE TRAINING GAMES

客户服务 培训游戏



(美) Peggy Carlaw (佩吉·卡劳) 著
Vasudha Kathleen Deming (瓦苏达·凯瑟琳·戴明)
周璟 高采平 译

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Peggy Carlaw and Vasudha Kathleen Deming: The Big Book of Customer Service Training Games
0-07-077974-0

Copyright © 1999 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and Publishing House of Electronics Industry. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright ©2012 by McGraw-Hill Education (Asia), a division of the Singapore Branch of The McGraw-Hill Companies, Inc. and Publishing House of Electronics Industry

版权所有。未经出版人事先书面许可，对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播，包括但不限于复印、录制、录音，或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司和电子工业出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国大陆（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾）销售。

版权©2012 由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司与电子工业出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签，无标签者不得销售。

版权贸易合同登记号 图字：01-2012-6192

图书在版编目（CIP）数据

客户服务培训游戏 /（美）卡劳（Carlaw,P.），（美）戴明（Deming,V.K.）著；周璟，高采平译. —北京：电子工业出版社，2012.11

（培训师资源库系列丛书）

书名原文：The Big Book of Customer Service Training Games

ISBN 978-7-121-18640-0

I. ①客… II. ①卡… ②戴… ③周… ④高… III. ①企业管理—销售管理—商业服务 IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 233003 号

责任编辑：晋 晶

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

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：720×1000 1/16 印张：18.25 字数：134 千字

印 次：2012 年 11 月第 1 次印刷

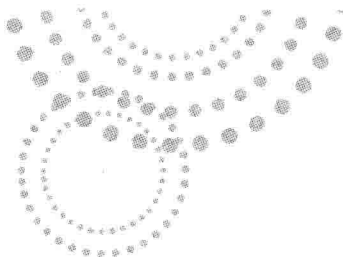
定 价：42.00 元

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。

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

服务热线：（010）88258888。

致 谢



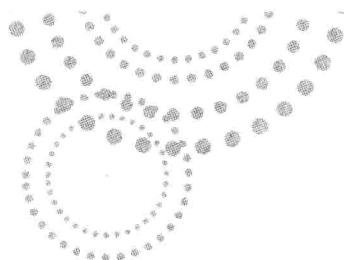
感谢迪克·罗 (Dick Roe)，是他将我领入培训界。他是一位非常好的老板，也是我的导师。同时，还要感谢我的老朋友理查德·奈拉摩尔 (Richard Narramore) 编辑，正是由于他的远见卓识、专业知识和大力支持，本书才得以出版。

瓦苏达·凯瑟琳·戴明 (Vasudha Kathleen Deming)

感谢我的客户，感谢他们对我们的方案的信任，并给了我们与他们共同创建新的工作方式的机会，从而将他们的服务提升到一个新的水平。

佩吉·卡劳 (Peggy Carlaw)

前言



公司中最重要的关系是客户与客服人员之间的关系，不管是面对面的交流，还是电话交流均是如此。无论你是培训师、经理还是主管，你为强化这一关系所做的任何努力，都能以不同的方式让你的组织受益。

客服能够（而且应该）成为一种具有内在价值的职业。为他人提供服务，不管是接收订单、传达信息，还是销售一双鞋子，都能够使人们心中产生一种极大的满足感。本着这一思想，我们编写了本书。

本书提供的游戏活泼有趣且具有激励作用，围绕着技能的学习和使用而展开。它们有助于树立信心、提高士气、激发热情和创造力，并最终在实际的客服情境中见到效果。我们总是发现员工一直在期盼着这样的游戏，在游戏时他们会全身心地投入。到了游戏时间，你也许想象不到哪些员工会突然表现得特别活跃！

这些游戏可以由管理、监督或培训客服人员的任何人来主持。而游戏的参与者则是拥有客户的任何员工：

客服人员、销售代表、电话销售员、技术支持人员、现场技术员、出纳员、接待员等。

有些游戏简短而有趣，能够提高参与者对客服问题的认识；有些游戏则是完整的活动，教授一项技能，并为参与者提供在非正式且没有威胁的环境中锻炼这项技能的机会。使用这些游戏的方式很多：作为单独的培训活动，作为强化训练的热身活动，或者相互结合组成一次全面的客服培训活动；也可以在员工会议、周五下午讨论会、自带午餐讨论会或者其他合适的场合使用这些耗时 10~20 分钟的游戏，甚至不必告诉参与者这是在“培训”！

这些游戏不但能够教会员工如何把工作做得更好，而且能够激励他们提供更高水平的服务，从而赋予工作新的意义和动力。反过来，高水平的服务能够使你的公司在行业中脱颖而出，成为行业典范。

选择为全人类服务，世界就会对你钟爱有加。

——钦莫伊（Sri Chinmoy）

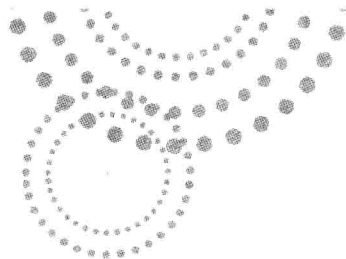
如何使用本书

本书包含 50 个游戏（长短不同，繁简各异），涵盖了 10 种不同类型的服务。本书努力把这些游戏设计得简单易懂且便于开展。为了充分利用本书，让客服人员从中获得最大的收获，下面给出一些建议。

成功的建议：

- 在开展培训活动之前，先仔细研读每个游戏。对每个游戏的目标、流程和基调把握得越准确，培训就越成功。
- 记住这些都是游戏。如果你能够保持幽默的态度和饱满的热情，就会发现参与者也会感到轻松自在、动力十足。
- 如果条件允许，把你在公司中观察到的一些现实案例和情境引入游戏中。这种做法有助于参与者把学到的东西融入实际的工作情境。
- 扮演引导者，而不是教师的角色。如果只是引导参与者进行探索和发现，学习就会达到最好的效果。
- 根据你的员工所处的工作氛围和文化环境，对游戏进行适当调整。如果他们喜欢奖励，就在每个游戏结束时，分发糖果、礼券或其他小奖品。如果你确信员工只会开展有趣的竞争（而不是激烈的争执），就放心大胆地把游戏变为比赛。每个小组可以选择自己的队名，并通过鼓掌、欢呼等形式表现他们的团队精神。
- 包括一些道具在内，本书提供了成功开展这些游戏所需要的一切东西。同时鼓励你充分发挥创造力，对这些游戏进行扩展，从而使它们对参与者更有意义。
- 所有这些游戏都可以进一步讨论和回顾。可以通过听取汇报，创建工作辅助工具，或者建立游戏的开展和回顾计划，跟踪参与者的学习情况。

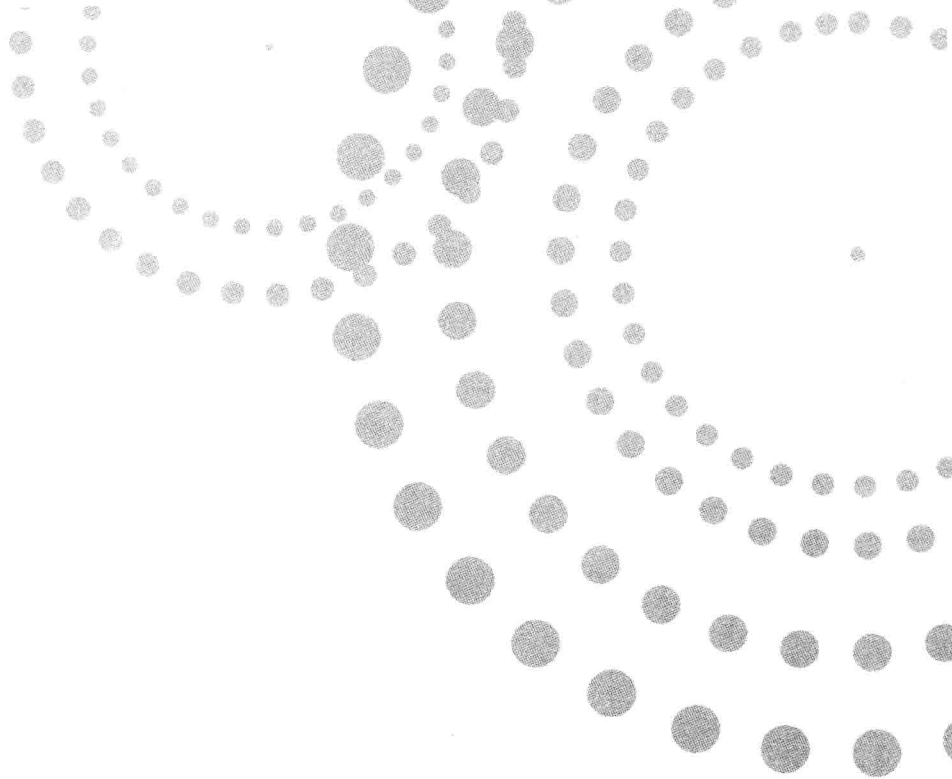
目 录



第 1 章 这就是你——培养一种以客户为中心的态度	1
客服意味着	3
可以完成的使命	9
资产和机会	13
给自己写封信	23
最美好和最糟糕的经历	29
第 2 章 说什么，如何说——客服成功的语言和表达技巧	31
行话城市	33
丢掉怪癖	39
声音猜谜游戏	43
在录音室里	47
让我告诉你我能做什么	53
第 3 章 建立联系——针对电话沟通的培训游戏	59
说服别人	61
呼出电话	65

模拟剧场	73
穿网球鞋的外星人	79
你还在吗	85
第 4 章 看着你呢——在面对面环境中实现成功沟通	89
让我逐一细数	91
第一印象	97
你看起来棒极了	99
变脸	103
成功的 5 大支柱	107
第 5 章 成就美好的一天——与客户建立和谐的关系	115
潜藏的和谐关系	117
我同情你的遭遇	121
强调积极的方面	129
天气怎么样	137
这就是和谐	139
第 6 章 停下来，看一看，听一听——关注客户需求	145
业余建筑师	147
注意听	155
倾听障碍	161
传话	167
您说什么	175
第 7 章 一切皆有可能——创造性地定制你的服务	179
如果我能做任何事情	181
服务辩论	191

客服规则.....	195
我要做我自己.....	197
提供个性化的服务.....	203
第 8 章 当情况变得糟糕时——应对难以对付的客户	205
权利清单.....	207
服务并不总是意味着道歉.....	209
问题树.....	215
下楼.....	217
压力消除卡片.....	221
第 9 章 等一下！还有呢——追加销售和交叉销售技巧	223
还有别的吗.....	225
不仅仅是水果.....	227
产品搭档.....	231
顺便说一下.....	237
除了汉堡，您是否还想要一些薯条.....	245
第 10 章 那我们呢——改善内部客服	253
你是我的客户.....	255
迎难而上.....	261
快乐顾问.....	267
客服技巧卡片.....	269
语音邮件.....	273



第 1 章

这就是你

——培养一种以客户为中心的态度

客服意味着……



概述

把参与者分成小组，通过小组合作组合出客户服务（以下简称客服）的一些定义（利用裁剪页上提供的信息）。本游戏的目标是帮助参与者理解为客户服务的意义。本游戏尤其适用于新员工，或者帮助你的部门形成对客服的定义。

时间

10~15 分钟

你需要

第 7 页上的关于客服定义的材料，每 3 名参与者一个信封。

怎样做

将参与者分成 3~4 人的小组。给每个小组发一个装

有分发材料的信封。在空白活动挂图或白板上写“客服意味着……”

向参与者说明信封里有一些短语，这些短语可以组成服务的 7 种定义。他们的任务是相互协作，将这些短语组合成一个完整的句子。“客服意味着……”这些句子必须完整，并合乎逻辑。每张纸条都要用上，而且只能用一次。

5 分钟后，让每个小组读出他们得出的定义。

答案

客服意味着：

- 格外出色地完成日常工作。
- 超出客户的预期。
- 为每次交流增加价值和信誉。
- 向每个客户展现最好的自己。
- 发现让服务对象满意的新方式。
- 让你的出色表现给自己一个惊喜。
- 像关心你的祖母那样关心客户。

讨论题

问题：这些定义都正确吗？

答案：现场回答可能会有所不同。

问题：你最喜欢哪个定义？

答案：现场回答。

问题：为什么没有一个普遍适用的定义？

答案：因为客服对不同的人意义不同。不过要注意这些定义都谈到了与客户互动时要投入精力和热情。

如果还有时间

让参与者给出他们自己对客服的定义。在活动挂图上列出他们提到的词和短语。形成你的部门对客服的独特定义。

小贴士

如果想重复这一游戏，可以把每套材料印在不同颜色的卡片纸上。当游戏结束时，让参与者确认每套材料都有24张小卡片，然后把它们放回信封，以备将来之用。



裁剪页

客服意味着……

说明：

复印如下材料，分发给参与者，每组一份（最好是卡片纸）。沿如下虚线剪下词和短语，并将每套剪下的词和短语装入一个信封。每个信封中都应该有这张材料上的所有词和短语（共24个），参与者3~4人一组，发给每个小组一个信封。



完成	日常工作	格外出色地	
客户的	超出	预期	
增加	价值和信誉	为每次交流	
展现	最好的自己	向每个客户	
发现	新方式	满意的	让服务对象
让你的出色表现	一个	给自己	惊喜
关心	客户	像关心你的祖母那样	