

服务外包工程教育系列

全国服务外包人才培养高峰论坛组织编写



呼叫中心实训教程

宫冠英 主编

清华大学出版社



服务外包工程教育系列

全国服务外包人才培养高峰论坛组织编写

呼叫中心实训教程

宫冠英

主 编

杨小峰

副主编

杨驰 管廷岩 王汇丰 秦秀莲 陈翔

参编

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本教材是主要针对本科和专科学生进行专业培训的使用教材,也可以供呼叫中心管理或从业人员自学使用。

全书分为三大部分:第一部分概述,系统地介绍了服务外包和呼叫中心的定义、分类和产业发展的相关情况及问题,着重概念、定义和相关的基本理论,使读者能够对其全面系统地了解;第二部分呼叫中心通用基本技能,是对呼叫中心坐席员通用的基本技能培训,可以使学员全面掌握呼叫中心从业人员应该具备的最基本的通用的技能;第三部分是呼叫中心专业技能培训,针对被动呼入类和主动呼出等不同类别的岗位,主要围绕客户服务、电话营销、网络营销渠道和现代客户关系管理四大方向进行针对性专业技能培训。

通过对本教材系统的学习,学员能够全面掌握呼叫中心从业人员应有的各项基础技能和专业技能,从而成为一名合格的呼叫中心从业人员。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

呼叫中心实训教程/宫冠英主编. —北京:清华大学出版社, 2011.9

(服务外包工程教育系列)

ISBN 978-7-302-26971-7

I. ①呼… II. ①宫… III. ①呼叫中心—教材 IV. ①F626.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 196521 号

责任编辑:袁勤勇 李玮琪

责任校对:时翠兰

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62795954, jsjtc@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260

印 张:15.5

字 数:362 千字

版 次:2011 年 9 月第 1 版

印 次 2011 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:25.00 元

产品编号:044331-01

服务外包工程教育系列教材

编写委员会

主任：

何积丰 中国科学院院士

执行主任：

詹国华 杭州师范大学杭州国际服务工程学院执行院长

副主任(按拼音排序)：

鲍泓 北京联合大学副校长

顾明 国家服务外包人力资源研究院、清华大学软件学院副院长

罗军舟 东南大学计算机学院、软件学院院长

温涛 大连东软信息学院院长

杨小虎 浙江大学软件学院副院长、浙大网新副总裁

常晋义 常熟理工学院国际服务工程学院院长

吴克寿 厦门理工学院软件与服务外包学院院长

委员(按拼音排序)：

白云	包健	常中华	陈刚	陈超祥	陈春玲	陈永强	樊光辉
樊丽淑	冯秀君	宫冠英	顾玲妹	顾永根	郭权	何世明	胡俊云
黄斌	蒋晓舰	黎明	李兢	李继芳	李黎青	李占军	李正帆
凌云	刘清	刘国龙	刘海麓	刘锦高	刘俊成	刘勇兵	刘正涛
卢雷	卢维亮	陆冰	马长伟	毛爱亮	倪筱斌	秦绪好	屈中华
邵云	邵定宏	沈洪	沈荣大	施永进	石冰	石峰	宋旭明
孙崇理	孙建国	汤伟	田详宏	屠立忠	万健	王军	王瑞
王斌耀	王秉全	王汉成	王红娅	王杰华	王青青	王万良	吴鸿雁
吴育锋	徐瑞兰	徐文彬	徐一旻	宣舒钧	宣逸芬	薛锦云	严盈富
杨方	杨东勇	杨欢聿	杨季文	杨起帆	叶林	叶时平	叶勇抱
易勇	应晶	余军	余国扬	袁玫	袁兆山	袁贞明	张民
张瑞林	张少华	张慰兮	张玉华	张再越	赵辉	赵梅	郑涛
郑志军	支芬和	周宇	朱春风	朱彦蓉	祝建中		

策划编辑：

袁勤勇 清华大学出版社

伴随着全球信息化浪潮，以信息技术为依托，利用外部专业服务商的知识劳动力，来完成原来由企业内部完成的工作，从而达到降低成本、提高效率、提升企业对市场环境迅速应变能力并优化企业核心竞争力的服务模式席卷全球。这种称之为“服务外包”的模式对新兴发展国家优化产业结构，转变贸易增长方式有着重要作用。印度、菲律宾、乌克兰等国家都在大力发展这种具有科技含量高、附加值大、资源消耗低、吸纳就业能力强的产业。

近年来，中国作为后起之秀，凭借在宏观经济环境、基础设施、政策支持、劳动力成本等方面的优势，已成为全球服务外包转移方首选的承接地之一。2011年，中国社科院发布的《中国服务外包发展报告》预测，10年之后，中国很有可能取代印度成为承接高科技服务最多的国家。伴随着产业的蓬勃发展，人才资源匮乏成了制约服务外包产业发展的主要瓶颈。但是，在传统教育体制下大量应届毕业生苦于就业无果，另一方面服务外包产业又需要大量人才。为此，以杭州为代表的21个国家服务外包示范城市专门针对服务外包产业需求建立了一批服务外包学院，形成政府、高校、服务外包企业、人才培训机构“四位一体”的服务外包人才培养体系，力求人才培养与企业需求无缝对接。

2011年4月，第二届“全国服务外包人才培养高峰论坛”在杭州召开，与会代表在探索服务外包人才培养新思路、新模式、新方法的交流中深感服务外包教材的匮乏，专门就教材编写开展了热烈的讨论，并决定成立“服务外包工程教育系列教材”编委会，组织来自国内外服务外包一线企业工程师和高等院校教师共同策划和编写教材，并启动了首批18本教材的编写工作。这套教材针对外语应用、软件与信息服务、金融信息服务、创新管理、跨国界文化等都编写成书，涵盖了服务外包领域从业所需的知识和技能。这套教材以产业需求为导向，是校企合作开展服务外包人才培养的一次有益实践，对探索我国服务外包产业和工程创新人才的培养具有积极的意义。

最后，我衷心希望“服务外包工程教育系列”教材能成为一套高等院校、培训机构培养服务外包人才行之有效的教材，使服务外包人才培养工作事半功倍。也希望这套教材能成为教师及学生的良师益友，得到大家的喜爱。

中国科学院院士 何积丰

2011年9月于杭州

近年来,在全球性服务外包大潮的推动下,我国金融服务外包面临加快发展的时代机遇,表现在金融危机后全球离岸服务外包业务逐渐由印度、菲律宾等主要承接国开始向成本更低的中国转移,加之我国在岸服务外包市场和境内服务外包企业加速扩展与扩张,促使全国服务外包产业蓬勃发展。呼叫中心作为现代服务外包产业体系的重要一环,得到业界各方面的高度重视,而其人力资源的价值体系建构以及人才供需矛盾问题更值得关注。中国权威呼叫中心研究机构调查指出,在影响呼叫中心发展的因素中,人力资源的制约因素占 73%,位居第一。

我国的服务外包人才市场中,一方面每年都有大量的毕业生找不到工作,另一方面企业难以找到合适的人才,实用性人才严重不足,加上呼叫中心人才流失严重的行业特点,严重影响和制约了我国呼叫中心产业的快速发展。

本书在综合研究呼叫中心基本理论的基础上,主要立足于成都信息工程学院软件与服务外包学院与专业的呼叫中心企业在校内联合建立的呼叫中心实训基地,以其具体的教学实践为基础,整合部分现有的教学课件,归纳、总结出比较简单、实用、易于掌握的呼叫中心实训教材。

全书分为三大部分共 13 章,第一部分是概述,包括第 1 章至第 4 章,系统地介绍了服务外包和呼叫中心的定义、分类和产业发展的相关情况及问题,使读者能够对其全面、系统地了解;第二部分是对呼叫中心通用的基本技能培训,包括第 5 章至第 8 章,可以使学员全面掌握呼叫中心从业人员应该具备的最基本的通用的技能;第三部分是专业技能培训,包括第 9 章至第 13 章,针对被动呼入类和主动呼出等不同类别的岗位,按照呼叫中心涉及的客户服务、电话营销、网络营销渠道管理和现代客户关系管理四大主要业务功能进行针对性专业技能培训。通过系统地学习本教材,学员能够全面掌握呼叫中心从业人员应有的各项基础技能和专业技能,成为一名合格的呼叫中心从业人员。

本书可供大专以上高等院校师生使用,也可供服务外包从业人员和管理人员使用。希望读者能够充分了解服务外包、呼叫中心行业概况和发展

趋势，了解呼叫中心产业的发展前景，同时希望读者通过本书了解呼叫中心从业者所需要的基本技能和专业技能乃至职业发展的走向和前途。

参加本书编写的有成都信息工程学院软件与服务外包学院的管廷岩、秦秀莲、王汇丰老师；四川佰合国利信息网络有限公司的杨小峰总经理、杨驰经理；杭州师范大学的陈翔老师。另外本书在编写过程中，得到了清华大学出版社袁勤勇老师的精心指导，得到了“全国服务外包人才培养系列”教材编委会的大力支持；同时还得到成都三泰电子实业股份有限公司、四川佰合国利信息网络有限公司的大力支持，在此表示衷心的感谢！由于水平所限，书中错误和缺陷在所难免，恳请读者不吝赐教，谢谢！

宫冠英

2011年6月

目 录

第一部分 概 述

第 1 章 服务外包与呼叫中心	3
1.1 服务外包概述	3
1.1.1 服务外包的定义	3
1.1.2 服务外包的分类	3
1.1.3 业务流程外包的特点与发展	5
1.1.4 当前业务流程外包的重点领域	7
1.1.5 其他领域的业务流程外包	9
1.2 呼叫中心概述	13
1.2.1 呼叫中心的概念	13
1.2.2 呼叫中心的作用	13
1.2.3 呼叫中心的特征	13
1.2.4 呼叫中心的产生和发展	14
1.2.5 呼叫中心的分类	17
第 2 章 呼叫中心的四大功能和发展方向	19
2.1 呼叫中心的四大功能	19
2.2 呼叫中心未来的发展方向	20
2.2.1 新型的呼叫中心	20
2.2.2 提供更优质的服务	21
2.2.3 控制、节约运营成本	22
2.2.4 创造更多利润	24
第 3 章 呼叫中心人力资源分析	25
3.1 呼叫中心人才供需状况	25
3.1.1 呼叫中心人才综述	25
3.1.2 呼叫中心高端人才概况	27

3.1.3	呼叫中心中层人才概况	28
3.1.4	呼叫中心基层人才概况	28
3.2	呼叫中心人才的职业发展规划	28
3.2.1	如何诊断自己的职业生涯	29
3.2.2	如何管理好自己的人力资源	30
3.2.3	如何鉴别与瞄准组织的人力资源需求	32
3.2.4	如何规划与实施自己的职业生涯	32
第4章	呼叫中心坐席代表岗位分析	44
4.1	呼叫中心坐席代表	44
4.1.1	呼叫中心坐席代表的概念和认证	44
4.1.2	呼叫中心坐席代表的分类	45
4.2	坐席代表岗位描述和职责	45
4.2.1	坐席员的主要职责	45
4.2.2	坐席员的日常工作	45
4.3	坐席代表岗位能力模型	46
4.3.1	坐席代表基本素质要求	46
4.3.2	坐席代表个人性格和能力评价标准	46
4.4	呼叫中心岗位工作环境、压力和强度	51
4.4.1	工作环境	51
4.4.2	坐席人员工作强度和压力	52
4.5	呼叫中心的管理制度	53
4.5.1	工作环境管理制度	53
4.5.2	工作礼仪及工作状态管理制度	53
4.5.3	交接班管理制度	55
4.5.4	值班、值日管理制度	55
4.5.5	办公设施使用管理制度	56
4.5.6	安全保密责任管理制度	56

第二部分 呼叫中心通用技能培训

第5章	礼仪和文化训练	59
5.1	基本职业礼仪	59
5.1.1	礼仪的概念	59
5.1.2	礼仪的特点	59
5.1.3	握手应注意的要点	60
5.1.4	服饰与个人形象的关系	60
5.1.5	电话沟通的礼仪	61

5.2 呼叫中心服务用语规范	62
5.2.1 开头语以及问候语	62
5.2.2 无法听清时	62
5.2.3 沟通内容	63
5.2.4 抱怨与投诉	63
5.2.5 软硬件故障时	64
5.2.6 结束用语	65
5.2.7 呼叫中心专用术语(各岗通用)	65
5.3 企业文化训练	70
5.3.1 企业文化内涵	70
5.3.2 呼叫中心的特殊性企业文化	71
5.3.3 呼叫中心如何扎实落实企业文化理念	72
第6章 塑造完美声音	76
6.1 普通话概述	76
6.1.1 普通话的定义	76
6.1.2 普通话在呼叫中心的重要性	76
6.1.3 国家普通话水平测试大纲与流程	76
6.1.4 普通话课前测试	77
6.1.5 如何学好普通话	78
6.2 普通话基础发音知识	79
6.2.1 语音基本概述	79
6.2.2 声母标准发音与辨音练习	80
6.2.3 韵母标准发音与辨音练习	87
6.3 普通话音调的培训	94
6.3.1 普通话声调介绍	94
6.3.2 四个声调的正确发音练习	94
6.3.3 音变	95
6.4 朗读技巧培养	99
6.4.1 朗读的概述	99
6.4.2 朗读的外部技巧	100
6.4.3 朗读的内部技巧	102
6.4.4 普通话水平测试朗读作品摘选	102
6.5 绕口令选集	105
6.5.1 声母练习	105
6.5.2 韵母练习	106
6.6 普通话水平测试说话命题(30个题目)	108

6.7 呼叫中心坐席员正确的用嗓训练	109
6.7.1 坐席员的声音标准	109
6.7.2 训练与保养声音	109
6.7.3 如何保护好自已的声音	110
6.7.4 最伤害声音的三种恶习	111
6.7.5 用好身体语言	111
第7章 计算机应用基础	112
7.1 呼叫中心坐席硬件	112
7.1.1 常规硬件	112
7.1.2 常见故障排查	117
7.2 呼叫中心常用软件	121
7.2.1 Windows 系统软件	121
7.2.2 呼叫中心操作平台介绍	124
7.3 基本办公软件	125
7.3.1 Excel 基本操作	125
7.3.2 公式和函数基础知识	131
7.3.3 公式的基础介绍	131
7.3.4 公式的输入与编辑	133
7.3.5 定义和使用名称	135
7.3.6 函数的基础介绍	136
7.3.7 常用函数应用实例	138
7.3.8 工作表的保护	140
第8章 压力与情绪管理	145
8.1 压力概述	145
8.1.1 压力的产生与来源	145
8.1.2 不同种类的压力特点	146
8.2 坐席代表的压力分析	147
8.2.1 坐席代表压力来源	147
8.2.2 压力对坐席代表的影响	148
8.2.3 坐席代表在工作中的减压方法	149
8.2.4 坐席代表的情绪管理	150
8.3 坐席代表压力与情绪测试	151
8.3.1 心理压力测验	151
8.3.2 抗压能力测验	153
8.3.3 情绪稳定性测验	154

第三部分 呼叫中心专业技能培训

第 9 章 客户服务管理	157
9.1 优质客户服务	157
9.1.1 客户服务概述	157
9.1.2 客户服务的意义	158
9.1.3 优质的客户服务	159
9.1.4 客户服务管理	160
9.1.5 客户服务循环	161
9.2 打造金牌客户服务	162
9.2.1 什么是金牌客户服务	162
9.2.2 打造金牌客服代表	164
9.3 客户沟通	168
9.3.1 沟通的重要性	168
9.3.2 沟通的要素和作用	168
9.3.3 非语言沟通	169
9.3.4 笑的技巧	170
9.4 投诉与异议处理	171
9.4.1 重视客户投诉事件	171
9.4.2 如何有效处理异议与困难情况	176
9.4.3 客户情绪管理技巧	181
第 10 章 电话营销	182
10.1 电话营销概述	182
10.1.1 营销与电话	182
10.1.2 电话营销	182
10.1.3 电话营销流程及技巧	183
10.2 电话调研与访问	184
10.2.1 客户资料管理(数据清洗)	184
10.2.2 电话调研与访问	185
10.2.3 电话调研的优势	185
10.2.4 电话调研过程基本步骤	185
10.3 电话邀约	186
10.3.1 邀约概述	186
10.3.2 电话邀约脚本设计及沟通技巧	189
10.4 【实践】外呼坐席脚本实战	192
10.4.1 电信 BPO 业务实战	192

10.4.2	金融 BPO 业务实战	195
10.4.3	客户邀约业务实战	195
10.5	电话营销实战	197
10.5.1	开场白与找到关键人	197
10.5.2	探寻客户需求	199
10.5.3	根据需求有针对性地推荐企业的产品	203
10.5.4	销售异议处理的方法	205
10.5.5	促成成交的方法	206
10.5.6	客户关系的建立和维护	210
第 11 章	网络营销渠道	214
11.1	网络营销渠道概论	214
11.1.1	网络营销渠道定义	214
11.1.2	传统渠道与网络营销渠道的区别	214
11.1.3	网络营销渠道的分类	215
11.1.4	网络营销渠道中心的基本构成	216
11.1.5	网络营销渠道中心的基本特点	216
11.2	网络营销渠道中心建设特点	218
11.3	网络营销渠道类型和策略	219
11.3.1	网络交易中间商的类型	219
11.3.2	网络交易中间商的经营策略	219
第 12 章	现代客户关系管理	221
12.1	客户关系管理及其在企业中的应用	221
12.1.1	什么是客户关系管理	221
12.1.2	CRM 在企业中的应用	222
12.1.3	呼叫中心与 CRM 的关系	223
12.2	CRM 标准平台的应用	225
12.2.1	CRM 应用系统分类	225
12.2.2	CRM 应用系统结构	225
12.2.3	CRM 系统常见模块	226
第 13 章	呼叫中心管理岗位进阶	228
13.1	质量检验与录音分析技巧	228
13.1.1	掌握呼叫中心员工状态	228
13.1.2	呼叫中心质检监控的方式	228
13.1.3	学会分析呼叫中心报表	229
13.1.4	呼叫中心录音分析的技巧	229

13.1.5	呼叫中心质检扣罚种类与技巧·····	230
13.1.6	呼叫中心质检间交换监听对象·····	230
13.1.7	端正呼叫中心质检心态·····	230
13.2	班组长现场管理技巧·····	230
13.2.1	现场业务支撑·····	231
13.2.2	质量监控与辅导·····	231
13.2.3	现场控制·····	232

第一部分

概 述

.....

第 1 章 服务外包与呼叫中心

第 2 章 呼叫中心的四大功能和发展方向

第 3 章 呼叫中心人力资源分析

第 4 章 呼叫中心坐席代表岗位分析

