

销|售|员|业|务|禁|忌|丛|书

# 客户服务的

# 58个禁忌

周志刚 等 / 编著



瞬间读懂客户的心  
轻松搞定棘手客户  
会说话，会倾听

服务其实很简单！



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS



销|售|员|业|务|禁|忌|丛|书

# 客户服务的 58个禁忌

周志刚 等 / 编著



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

作为客服人员，面对形形色色的客户，您是否能够扛住来自工作的巨大压力？对于客户的投诉和抱怨是否感到束手无策？对那些恶意刁难的客户是否只能吃哑巴亏？对于沟通中的说服、倾听和肢体语言运用技巧，您是否能够轻松驾驭？总之，您是否意识到了在客户服务过程中存在的一些问题和疏漏？只要您能巧妙地规避各类问题，定能成为一名出色的客服人员！

## 图书在版编目（CIP）数据

客户服务的58个禁忌/周志刚等编著. —北京：机械工业出版社，2011.8  
（销售员业务禁忌丛书）

ISBN 978-7-111-35521-2

I. ①客… II. ①周… 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（2011）第155467号

机械工业出版社（北京市百万庄大街22号 邮政编码100037）

策划编辑：曹雅君 责任编辑：曹雅君 罗子超

封面设计：柏拉图 责任校对：侯 灵

责任印制：杨 曦

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2011年9月第1版·第1次印刷

170mm×242mm·17.25印张·241千字

标准书号：ISBN 978-7-111-35521-2

定价：39.80元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：(010) 88361066

门户网：<http://www.cmpbook.com>

销售一部：(010) 68326294

教材网：<http://www.cmpedu.com>

销售二部：(010) 88379649

读者购书热线：(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

# 前言

人们普遍认为，客户服务是一项极具挑战性的工作。那么，客服人员在工作中如何承受来自各方面的巨大压力呢？有人认为只要有足够好的忍耐力，就可以做一名客服人员。事实上，这种观点过于片面，要想做好客服工作，不仅要掌握必要的技巧，还要避开服务过程中的诸多禁忌。

禁忌，即犯忌讳的话或行为，简单理解就是指那些不该做的事。

如果你是一名客服人员，在为客户服务的过程中，是否曾经做出令客户尴尬的举动，是否曾经遭受过客户莫名其妙的指责，是否有过不欢而散的难堪，是否曾因为说错一句话而使客户大为不满？

触犯服务禁忌，是客户服务工作中最大的失误，会使自己和企业遭受不必要的损失。

现在，商场上的竞争实际上是以争夺客户为中心的竞争。客服人员如果不掌握规避服务禁忌的种种方法和技巧，一旦触犯了某个禁忌，很可能会前功尽弃。因此，客服工作中规避禁忌的方法和技巧是每位客服人员必须掌握的一项技能。

本书归纳了为客户服务时客服人员易犯的禁忌，包括以下几个方面：为客户服务时的礼仪禁忌；训练专业服务素质时的禁忌；培养心理承受能力时的禁忌；处理客户抱怨、投诉时的禁忌；处理棘手客户时的禁忌；应对客户刁难和骚扰时的禁忌；为大客户服务时的禁忌；运用服务技巧时的禁忌；与客户沟通时的禁忌；说服客户时的禁忌；倾听客户时的禁忌；运用肢体语言与客户沟通时的禁忌；售后服务的禁忌；培养忠诚客户的禁忌。

本书全面展示了客户服务工作中在不同场合、不同情景中的各种禁



忌，总结了客服人员触犯禁忌的种种表现，揭示了原因，指出这些行为的弊端，同时提供了趋利避害的解决方法。

本书内容新颖、论述有力、通俗易懂，具有以下几个特点：

首先，视角独特，从规避禁忌的角度入手，指导客服人员正确地为客户提供服务。

其次，导入案例，作出分析，创设实际情景进行深入阐述，而不是简单地罗列、枯燥地说教，使读者读起来更加趣味盎然。

最后，本书不仅论述了服务客户时的禁忌，还特别加入了客服人员在自我解压、锻炼专业素质时的禁忌，使客服人员在更好地为客户提供服务时，不忘提高自己，得到长足发展。

只有明确为客户提供服务时易犯的禁忌，才不至于违规犯忌，才能成功地与客户沟通、协调，更好地为客户提供服务。

本书虽然是针对客服人员而写的，但对营销人员、企事业单位的职员也很有用，对他们提高自身的交际能力、职业素养、工作效率、赢得朋友和客户的信赖都具有很强的参考价值和指导意义。

希望读完此书的朋友可以从中获益，规避书中指出的那些禁忌，在职场上真正做到叱咤风云！

在本书的写作过程中，有很多朋友参与，他们是张德泉、李世忠、周长厚、董本冬、许红、于淑玉、周志强、刑进、周宝秋、张万菊、李铮、张万洪、邓青红、张玉英、张忠生。他们做了大量的编写工作，在这里谨向他们表示感谢。由于编者学识浅陋，书中难免有错误和疏漏，请读者不吝赐教。

编者

2011年6月

# 目 录

---

# CONTENTS

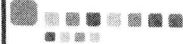
## 前言

## 第 1 篇 职业素养

第 1 章 完美客服礼仪训练的 4 个禁忌 .....	2
忌留下不良的第一印象 .....	3
衣着忌不合时宜 .....	3
忌仪表不够得体 .....	8
忌行为不雅举止失礼 .....	11
忌对客户用语失礼 .....	15
忌错误地称呼客户 .....	20
第 2 章 专业服务素质训练的 5 个禁忌 .....	23
忌品格素质不佳 .....	24
认真 .....	25
冷静 .....	26
诚实 .....	27
守信 .....	28
耐心 .....	28



忌专业知识不过硬 .....	29
产品知识 .....	30
业务规则 .....	30
忌交流缺乏技巧 .....	31
忌交流没有信心 .....	32
忌交流不够热情 .....	35
交流时避免争辩 .....	35
忌没有礼貌 .....	37
礼貌的说话语气 .....	37
敬语和谦语不要忘 .....	37
礼貌寒暄要适度 .....	38
忌服务时不能一视同仁 .....	39
欣赏客户的优点 .....	40
增加交流的机会 .....	41
宽容对待客户，保持豁达乐观 .....	41
<b>第3章 培养超强心理承受力的6个禁忌 .....</b>	<b>43</b>
忌不懂得自我减压 .....	44
正确看待工作压力 .....	44
用正确的态度减压 .....	47
只用七天排解压力 .....	51
忌不懂锻炼自我心理承受力 .....	56
面临挫折打击，忌承受能力差 .....	57
忌应变能力差，应处变不惊 .....	59
忌不会调控情绪 .....	62
忌没有永不言败的良好心态 .....	64



## 第 2 篇 提高客户满意度

第 4 章 处理客户投诉和抱怨的 7 个禁忌 .....	68
忌推脱责任 .....	69
忌不主动道歉 .....	71
忌不理解客户 .....	72
忌不先平息客户情绪 .....	75
先感谢客户的投诉 .....	75
对客户表示理解 .....	77
向客户道歉 .....	77
忌不找问题症结所在 .....	78
巧妙反驳, 忌与客户争执 .....	80
忌不仔细记录、征询客户意见 .....	82
第 5 章 处理棘手客户的 5 个禁忌 .....	85
忌自乱阵脚 .....	86
忌单向思考 .....	87
诚挚道歉 .....	88
感同身受 .....	88
及时解决 .....	89
适当承诺 .....	90
忌说多于听 .....	90
满足客户 .....	92
关注客户 .....	92
婉转指正客户 .....	93





- 忌不会掌握发问时机 ..... 95
  - 安抚客户情绪..... 95
  - 了解客户需求..... 96
  - 梳理自己思路..... 97
- 发问时忌使客户反感 ..... 97
  - 问题围绕主题..... 98
  - 不要苛责客户 ..... 99
  - 避免连续发问..... 99
- 第6章 应对客户刁难和骚扰的3个禁忌 ..... 101**
  - 忌不了解客户刁难和报复的原因..... 102
    - 服务人员态度不好 ..... 102
    - 客户等待时间过长 ..... 104
    - 非客服人员的原因 ..... 109
  - 忌不会应对难缠的客户 ..... 111
    - 难缠客户的解决方案 ..... 112
    - 处理难缠客户的策略 ..... 115
    - 处理难缠客户的禁忌 ..... 116
  - 忌不会应对客户骚扰 ..... 117
    - 忌不会应对性骚扰 ..... 118
    - 忌不会应对电话骚扰 ..... 120
- 第7章 为大客户服务的3个禁忌 ..... 124**
  - 忌不了解大客户的“特殊”之处 ..... 125
    - 大客户采购金额巨大 ..... 125
    - 大客户决策群体复杂 ..... 126
    - 服务要求全面 ..... 127

服务大客户忌抓不住关键 .....	128
建立大客户档案 .....	128
向大客户展现专业服务素质 .....	131
征询大客户建议,合理地应予采纳 .....	134
忌不会与大客户经营感情 .....	135
忌不会巧妙承诺 .....	136
实现双赢 .....	138
提供超值服务 .....	140

### 第 3 篇 客服技巧

第 8 章 运用服务技巧的 5 个禁忌 .....	144
服务技巧忌尺度拿捏不准 .....	145
“看”忌以貌取人,要细心观察客户 .....	146
“听”忌心不在焉,要用心倾听 .....	150
“说”忌滔滔不绝,应注意客户感受 .....	152
“动”忌毛躁,应稳重 .....	155
电话处理忌纠缠不清 .....	156
运用技巧忌不懂变通 .....	159
提供服务忌虎头蛇尾 .....	161
服务忌缺乏耐心 .....	162
第 9 章 与客户沟通的 4 个禁忌 .....	165
忌不清楚客户的意图 .....	166
忌不能让客户听懂你的话 .....	168
忌错误或不良发音 .....	168



忌语速过快或过慢 .....	170
忌音量过大或过小 .....	172
忌不会询问客户 .....	173
常规性发问 .....	174
目的性发问 .....	175
澄清性发问 .....	175
选择性发问 .....	176
征询式发问 .....	177
启发式发问 .....	177
忌对客户不够热情 .....	178
忌不懂得微笑服务 .....	178
忌借故推脱 .....	180
忌把责任推给客户 .....	182
<b>第10章 说服顾客的4个禁忌 .....</b>	<b>186</b>
回答客户询问忌不够专业 .....	187
记录顾客问题 .....	188
分析问题原因 .....	189
解答疑问忌不用技巧 .....	191
反问式解答 .....	191
报告式解答 .....	192
附和式解答 .....	194
否定式解答 .....	195
忌不运用劝说策略 .....	196
设身处地地为客户着想是说服客户的立足点 .....	197
对客户表示认同，营造融洽的氛围 .....	198
征询客户的意见 .....	200

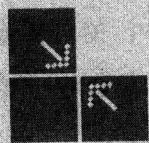
说服不同类型的客户，忌方法策略单一 .....	201
说服外向型客户，忌说教 .....	202
说服追求完美的客户，宜用理性分析 .....	202
说服简单型客户，忌争辩 .....	203
说服和平型客户，要多征询客户意见 .....	203
<b>第 11 章 有效倾听的 3 个禁忌 .....</b>	<b>205</b>
忌不会有效利用倾听 .....	206
忌不会利用倾听建立信任感 .....	206
忌不会利用倾听了解客户需求 .....	209
忌倾听不掌握技巧 .....	211
积极响应客户的话 .....	211
重要之处做好记录 .....	214
重述客户的话 .....	215
忌把倾听弄巧成拙 .....	217
忌打断顾客的谈话 .....	217
忌急于为自己辩解 .....	219
忌向客户重复发问 .....	220
<b>第 12 章 运用肢体语言沟通的 5 个禁忌 .....</b>	<b>222</b>
忌不注意眼神交流 .....	223
忌不注意面部表情 .....	225
忌不注意手势语言 .....	227
忌不注意身体姿势 .....	229
忌不会解读客户的肢体语言 .....	231
通过肢体语言进行客户分类 .....	232
通过肢体语言判断客户情绪 .....	234
判断客户肢体语言的“言外之意” .....	236



## 第4篇 培养忠诚客户

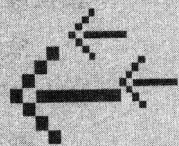
第13章 培养忠诚客户方面的4个禁忌 .....	240
售后服务忌态度不好 .....	241
忌不重视客户流失 .....	244
忌忽视分析客户流失原因 .....	244
忌服务不到位导致客户流失 .....	246
忌不会使流失的客户回流 .....	247
忌不懂如何培养客户忠诚度 .....	249
每个客户的需求点不同，客服需要准确判断 .....	249
安抚客户的不满情绪 .....	251
用专业服务赢得客户信赖 .....	252
忌不懂与客户进行情感交流 .....	254
与客户建立个人关系网 .....	254
对顾客的遭遇表示同情 .....	256
参考文献 .....	259

总第1个封面设计好找灵感灵感 第1章



# 第1篇

职业素养



## 第1章 完美客服礼仪训练的4个禁忌

完美的礼仪可以表现出客服人员较高的业务水平和个人素质，因此恰如其分的礼仪是做好客服的关键。



### 如果犯错误，服务将遭遇尴尬……

章某是一家重型机械公司的客服人员。有一次章某去拜见一位“元老”客户，询问机械设备的使用情况，并探一探对方关于续单的口风。章某身穿浅粉色的衬衫，西服外套搭在右胳膊上，脚上穿着一双黑色皮鞋，白色袜子。

一走进对方公司的大厅，章某看见采购部经理，老远就大声打招呼：“陈经理，好久不见！我真是想死你了！”一面说着一面伸出左手，使劲地握住陈经理的手，久久不放。

陈经理上下打量了章某一番，伸出右手，见章某伸出的左手，马上又换成了左手，说道：“你好！”

章某说道：“有段时间没见了，您好像又年轻不少，原来的白头发都不见了。”边说边左右环顾陈经理的头部。

陈经理听完脸色明显一变，说道：“对不起，我要开个紧急会议，咱们改时间再谈吧。”说完转身离开了。

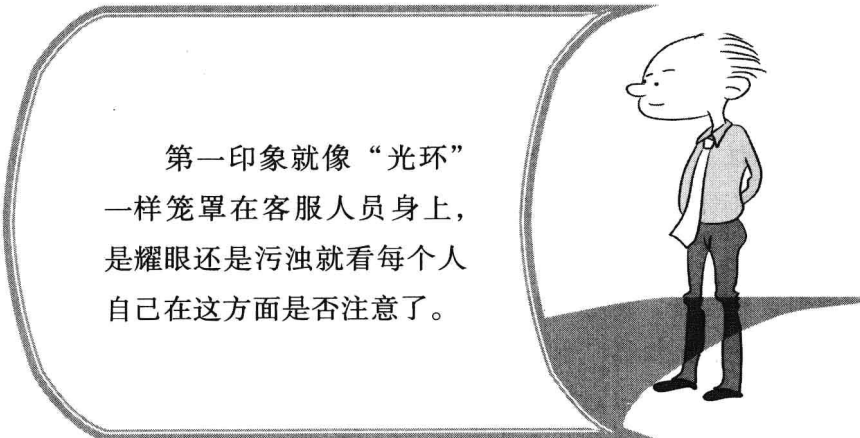
章某莫名其妙地愣在那里，来之前约好的呀，怎么突然要开会呢？

## 忌留下不良的第一印象

俗语说“人靠衣裳马靠鞍”，良好的第一印象总是能使客户产生好感。客户往往会因为对公司某个职员良好的第一印象，而进一步对这个公司的产品和服务产生好感。

人们常常谈到第一印象。在日常的社交聚会、工作应酬中，我们都要不断地结识新朋友、新客户，那么，在这个过程中别人给你的第一印象是怎样的，你给别人留下的第一印象又是怎样的呢？

第一印象往往包括初次见面时，一方对另一方的衣着、言语、动作、表情、年龄、身材等方面产生的或好或坏的印象。



第一印象就像“光环”一样笼罩在客服人员身上，是耀眼还是污浊就看每个人自己在这方面是否注意了。

每天面对形形色色的客户，第一印象的重要性更是毋庸置疑的。良好的开端是成功的一半。如果你给客户留下的第一印象是美好的，你就有机会进一步施展你的才华。

相反，如果你给客户的第一印象很差，客户甚至不愿意给你开口的机会，那么你的能力再强、服务态度再好也无济于事。

### 衣着忌不合时宜

从一个人的衣着可以看出他的气质、修养和情操，这往往能让别人在



跟你进一步接触之前有一个初步判断。因此，在为客户服务时，工作人员要在这方面多加注意。

### ❶ 失败案例

爱德华是一家电器公司的客服部经理，一直以来都很受顾客欢迎。对待客户良好的态度使他处理任何事情都游刃有余。有一次，一位“元老”客户打来电话说刚买不久的电视机出了毛病。因为对方在电话里表现的情绪不好，爱德华打算带维修人员亲自上门服务。天公不作美，出门前突然下起了雨，爱德华怕淋湿了新西服，就换上了很久没穿的旧衣服，穿上了土灰色的雨鞋。

到了客户家以后，爱德华很客气地说明来意，像往常一样期待着客户的态度会缓和一点。没想到对方并没有表示友好的态度。经过检查，维修人员发现，是电视机的显像管出现了问题，需要更换。由于维修人员没有随身携带，只好向客户提出改日再来修理。客户一听就更加不高兴了，抱怨说：“你们公司也太不重视客户了，派几个维修工来糊弄我，回去马上叫你们领导来！”然后不等爱德华解释就转身而去，叫佣人送客。

受到这种冷遇，爱德华还是第一次。他在回去的路上反省着：“今天我和平常有什么不同吗？哪里做得不好吗？”

当他经过一家超市的橱窗时才恍然大悟。平时的爱德华，每次见客户都穿得干干净净，神采奕奕，再看看今天的他，旧西服，土灰色的雨鞋，看起来像个流浪汉，谁又会相信他是客服部的经理呢！

穿着打扮贵在得体，并不是越时髦、越贵重就越好，符合你的身份、体型、年龄，符合当时的季节、天气、场合才是最重要的。干净整洁、搭配和谐的着装能够流露出自然的美感和魅力。想让你的着装选择得更加得体和自然，就要先了解一下着装的 TOP 原则，即 Time（时间）、Occasion（场合）、Place（地点）。着装 TOP 原则指的是着装应该依据时间、场合、地点的不同进行不同的选择。