



用于国家职业技能鉴定

国家职业资格培训教程

呼叫服务员

HJFWY

(基础知识)

中国就业培训技术指导中心组织编写

 中国劳动社会保障出版社



用于国家职业技能鉴定

国家职业资格培训教程

呼叫服务员

(基础知识)

编审委员会

主任	于法鸣	刘康	田小宝			
副主任	陈李翔	宋建				
委员	陈宇	王竞	张永麟	靳克	王传颂	
	熊英	徐惟奋	陈蕾	张	伟	

本书编审人员

主编	王竞					
副主编	徐惟奋					
编者	徐惟奋	阎君	余安	沈阿强	郭灵	
主审	李宝民					

图书在版编目(CIP)数据

呼叫服务员：基础知识/中国就业培训技术指导中心组织编写. —北京：中国劳动社会保障出版社，2006

国家职业资格培训教程

ISBN 978 - 7 - 5045 - 5796 - 4

I. 呼… II. 中… III. 电话业务 - 技术培训 - 教材 IV. F626.13

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 097750 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码：100029)

出 版 人：张梦欣

*

北京金明盛印刷有限公司印刷装订 新华书店经销
787 毫米×1092 毫米 16 开本 13.25 印张 207 千字

2006 年 11 月第 1 版 2007 年 1 月第 1 次印刷

定价：29.00 元

读者服务部电话：010 - 64929211

发行部电话：010 - 64927085

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话：010 - 64911344

前 言

为推动呼叫服务员职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在呼叫服务员从业人员中推行国家职业资格证书制度，中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准——呼叫服务员（试行）》（以下简称《标准》）制定工作的基础上，组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家，编写了《国家职业资格培训教程——呼叫服务员》（以下简称《教程》）。

《教程》紧贴《标准》，内容上，力求体现“以职业活动为导向，以职业能力为核心”的指导思想，突出职业培训特色；结构上，针对呼叫服务员职业活动的领域，按照模块化的方式，分呼叫服务员、助理呼叫服务师、呼叫服务师、高级呼叫服务师4个级别进行编写。《教程》的基础知识部分内容涵盖《标准》的“基本要求”；技能部分的章对应于《标准》的“职业功能”，节对应于《标准》的“工作内容”，节中阐述的内容对应于《标准》的“技能要求”和“相关知识”。

《国家职业资格培训教程——呼叫服务员（基础知识）》适用于对各级别呼叫服务员基础知识的培训，是职业技能鉴定的推荐辅导用书。

本书是在中国劳动保障科学研究院的大力支持下完成的。与此同时，在编写过程中得到了北京市政府信访办、北京建行客户服务中心以及九五太维资讯公司等单位的的大力支持与协助，在此一并表示衷心的感谢。

由于时间仓促，不足之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见和建议。

中国就业培训技术指导中心

目 录

CONTENTS 《国家职业资格培训教程》

第一章 职业道德	(1)
第一节 职业道德基本知识	(1)
第二节 职业守则	(4)
本章小结	(6)
思考题	(6)
第二章 呼叫服务概况	(7)
第一节 呼叫服务的概念与特点	(7)
第二节 呼叫服务的发展与现状	(10)
第三节 呼叫服务的职责、目的和内容	(22)
本章小结	(25)
思考题	(26)
第三章 公共关系基础知识	(27)
第一节 公共关系	(27)
第二节 倾听的作用	(37)
第三节 人际沟通基本知识	(46)
第四节 个人与团队的关系	(55)
第五节 心理学基本知识与应用	(62)
本章小结	(70)
思考题	(71)

第四章 市场营销基础知识	(72)
第一节 市场和市场营销的概念	(72)
第二节 推销与市场营销的区别	(81)
第三节 市场营销的组合理论	(84)
第四节 消费者行为分析	(95)
第五节 电话营销的基本概念及应用	(104)
本章小结	(109)
思考题	(110)
第五章 技术基础知识	(111)
第一节 呼叫中心基础知识	(111)
第二节 计算机操作基础知识	(124)
本章小结	(162)
思考题	(163)
第六章 语言基础知识	(164)
第一节 文字与词汇	(164)
第二节 语音与发声	(169)
第三节 语言与表达	(174)
本章小结	(191)
思考题	(192)
第七章 相关法律、法规知识	(193)
第一节 《中华人民共和国劳动法》相关知识	(193)
第二节 《中华人民共和国合同法》相关知识	(196)
第三节 《中华人民共和国消费者权益保护法》 相关知识	(198)
本章小结	(203)
思考题	(204)
主要参考书目	(205)

第一章

职业道德

第一节 职业道德基本知识

职业道德是通过人们的职业活动、职业关系、职业态度、职业作风及其社会效果表现出来的。不同职业有不同的职业规范，为保证行业自身的经济效益与社会整体经济效益相协调，承担起本行业所肩负的社会责任，需要从业者的职业行为与行业和社会地位、权利和义务相一致。职业道德在整个社会道德体系中具有重要的地位和作用。

一、职业道德的基本概念

1. 道德与社会主义道德

道德是人们在社会活动中通过社会舆论、人的信念、教育和传统习惯的力量，去调整个人和个人、个人和社会之间关系的原则和规范的总和。社会主义道德是指社会主义社会对人的道德规范和要求，它建立在社会主义经济关系之上，反映了社会主义的本质特征。在发展社会主义市场经济的条件下，社会主义道德建设以为人民服务为核心，以集体主义为原则，以诚实守信为重点，以爱祖国、爱人民、爱劳动、爱科学、爱社会主义为基本要求，在全社会倡导“爱国守法、明礼诚信、团结友

善、勤俭自强、敬业奉献”的基本道德规范。

2. 职业道德

所谓“职业道德”，是指从事一定职业的人们在职业活动中应该遵循的、靠社会舆论和传统习惯及内心信念来维持的行为规范的总和。它不仅是从业人员职业活动的行为标准，而且是本行业对社会所承担的道德责任和义务，是一般社会道德在职业生活领域中的具体体现。

职业道德是所有从业人员在职业活动中应该遵循的行为准则，涵盖了从业人员与服务对象、职业与职工、职业与职业之间的关系。社会主义职业道德是社会主义道德结构中的一个重要组成部分，它以为人民服务为核心成为区别于其他社会职业道德的本质，也是其精髓所在。要大力倡导以爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会为主要内容的社会主义职业道德，鼓励人们在工作中做一个好建设者。

3. 呼叫服务员职业道德

呼叫服务员职业道德是众多职业道德中的一种。它规定了呼叫服务员在职业活动中应当遵循的行为准则。呼叫服务员是通过通信工具为政府、企业、社会等提供有效服务的。在我国，呼叫服务员是一个新兴的社会职业，在充满挑战性的工作过程中，必须通过热忱的态度、辛勤的劳动和周到的服务，赢得社会的认可。优良的职业道德是新时期呼叫服务员从事快节奏、高效率工作的动力，是呼叫服务员自我完善的必要条件。

二、职业道德的特点和作用

1. 职业道德的特点

职业道德除具有一般社会公德的特点外，还具有以下三个特点：

（1）范围上的有限性

任何职业道德只能在特定的职业范围内起作用，只能规范约束从事本职业人员的职业行为。

（2）内容上的稳定性和连续性

由于职业分工的相对稳定性，与其相适应的职业道德也就有较强的稳定性和连续性。

（3）形式上的多样性

职业道德反映的是不同职业的特殊道德要求，是适应各种职业活动

的内容与交往形式的要求而形成的，因此，它的反映形式和表现方式是多样的。

2. 职业道德的作用

职业道德作为社会道德体系的重要组成部分，对整个社会的进步与发展起着重要的作用。主要表现在：

(1) 职业道德能很好地调节职业内部和外部各个方面的关系，从道义上保证职业活动的完成。

(2) 有助于提高从业人员培养良好的职业道德素质，确保从业人员出色地完成本职工作。

(3) 有助于促进行业的发展，提高企业竞争力。

(4) 有助于提高整个社会的道德水平。

三、职业道德修养

所谓“职业道德修养”，是指从业人员按照职业道德的原则和规范，在道德品质与思想意识方面的“自我锻炼”和“自我改造”，从而形成的职业道德品质以及达到的职业道德境界。它至少包含两层含义：一是指从业者根据其职业道德规则 and 基本要求而进行的反省、检查、自我批评和自我解剖；二是指从业者在职业活动中通过自我修养所形成的道德品质和道德境界。

1. 职业道德修养的目的

职业道德修养的根本目的在于通过对职业的认识和实践，培养从业者高尚的职业道德品质，使每个从业者结合自己的职业特点，把职业道德的基本原则与规范，自觉地转化为个人内心的要求和坚定的信念，逐步养成良好的职业行为习惯，成为具有高尚职业道德的、受社会欢迎的职业工作者。

2. 职业道德修养的途径

职业道德修养的途径主要是：认真学习马克思主义理论和科学文化知识，确立正确的人生观；勇于参加社会实践，培养良好的行为习惯；学习先进人物的优秀品质，以高标准要求自己；不断地同旧思想、旧意识以及社会上的不良现象作斗争。

3. 职业道德修养的方法

职业道德修养的方法是多种多样的，概括起来主要有：学习职业道

德规范，掌握职业道德知识；努力学习现代科学文化知识和专业技能，提高文化素养；经常进行自我反省，增加自律性；提高精神境界，努力做到“慎独”。“慎独”就是要求人们在独处之时，在没有任何人监督的情况下，仍能坚持道德信念，保持道德操守，独善其身。同时，职业道德修养是在长时期的从业过程中经过不断修炼、不断培养才能形成的。

第二节 职业守则

所谓守则，就是共同遵守的规则。职业守则，就是从事相同职业的人们所应共同遵守的规则。呼叫服务员在其职业活动中，不但要遵守社会主义职业道德规范，还要根据其职业特征、服务对象和工作方式，遵守呼叫服务员的职业道德规范和具体要求，即呼叫服务员职业守则。呼叫服务员职业守则的主要内容，大致可分为以下四个方面：

一、爱国守法，遵守行业规范

爱国守法，遵守行业规范是呼叫服务员职业活动正常进行的基本保证。它要求呼叫服务员从维护国家利益和全行业整体利益的高度出发，自觉遵守国家有关法律、法规和政策，自觉遵守各项纪律、规章制度以及有关协议和规则。通过培养从业人员的法制观念和法律知识，做到以国家利益、企业利益和群众利益为重，无私奉献。通过增强组织纪律观念、遵守有关规章制度和职业纪律来维护和提高本行业的信誉，促进本行业的发展。

爱国是最基本的道德要求，守法是应尽的义务和必备的文明素质，遵守行业规范是人们从事职业活动不可缺少的规则。

二、讲文明，讲礼貌

讲文明，讲礼貌是呼叫服务员上岗的首要条件和基本素质。它要求从业者的一举一动、一言一行都要大方、文明、得体，处处体现出对服务对象的尊重与礼貌。根据呼叫服务员的职业特点，要讲究语言艺术，言谈举止要文明礼貌，语言表达要亲切、准确；提倡文明礼貌用语，不

讲低级粗俗的口头语，不讲讽刺挖苦的话，不讲有损服务对象自尊心和人格的话；遇到客户情绪激动时，要保持冷静，经得住委屈，表现出良好的道德修养。同时，在客户服务过程中，要注意服务形象，为塑造良好的企业形象而尽心尽力。

服务形象是讲文明、讲礼貌的直接体现。服务形象是指呼叫服务员在职业活动中所表现出来的服务方式、服务功能、服务态度、服务质量，以及由此引起的客户和社会公众对政府或企业的评价，其中包括不能直观的电话礼仪甚至整个服务礼仪。服务方式越广泛、服务功能越全面、服务态度越好，服务质量就越高，政府或企业就越会得到社会公众的认可。优质的服务形象可以为政府或企业赢得信誉度、知名度和美誉度。

对呼叫服务员服务礼仪的基本要求是：尊重客户，积极热情，语言规范，表达诚意，准确传递信息。

三、爱岗敬业，尽责守信，诚恳待人

爱岗敬业，尽责守信，诚恳待人是呼叫服务员工作态度的基本要求 and 做人、做事的基本准则。

爱岗敬业就是要求呼叫服务员热爱呼叫服务职业，要对本职业有强烈的责任感、荣誉感和崇高的敬业、勤业精神。在工作上做到勤奋努力，精益求精，尽职尽责。要干一行，爱一行，既要努力钻研业务技术、通晓本职业务知识、熟练掌握本职劳动技能、提高工作效率，又要熟悉客户需要、掌握客户心理、提高服务质量。

尽责守信，诚恳待人，就是要求对所从事的呼叫服务工作必须尽职尽责，诚实守信，诚实不欺，以诚待人。作为一名呼叫服务员，在日常工作中不仅代表个人，还代表了他所在的单位或部门。要树立政府或行业形象，维护企业信誉，就要做到信守承诺，讲信誉，重信用，同时具备一定的专业能力，坦率而真诚地对待客户，反对任何形式的欺诈行为，同时还要和职业态度中的不道德行为进行不懈的斗争。

四、严守机密

严守机密是呼叫服务员必备的职业道德。

呼叫服务员由于工作性质的原因，有机会了解到国家、企业、客户或个人的一些保密信息，这些信息有可能涉及国家利益、企业或部门利

益，也有的是个人隐私，一旦泄露，无论是对国家、集体还是个人，都将带来一定的损失，甚至是无法挽回的重大损失。因此，在工作中要牢固树立保密观念，加强保密意识；严格遵守保密规定，认真执行保密制度。呼叫服务员在工作中涉及需要保密的内容，不得向任何人私自泄露，以防止造成泄密事故。一旦发现盗窃机密的行为和盗窃机密的不法分子，应作坚决斗争，并及时报告有关部门。

本章小结

本章第一节着重介绍了有关道德的基本知识，从中可以看出道德、社会主义道德、职业道德、社会主义职业道德与呼叫服务员职业道德之间的联系与区别；阐述了职业道德的特点和作用，以及加强职业道德修养的重要性，旨在进一步提高对职业道德的认识，丰富职业道德修养的内涵和提升职业道德修养的品位。第二节主要根据呼叫服务员职业的工作特点，详细地介绍和分析了呼叫服务员应该遵守的职业守则。

思考题

1. 社会主义道德的基本要求和基本规范有哪些？
2. 为什么要加强职业道德修养？
3. 简述呼叫服务员应该遵守的职业守则。

第二章

呼叫服务概况

第一节 呼叫服务的概念与特点

一、呼叫服务的概念

呼叫服务是指利用电话、传真、电子邮件、短信、因特网、视频等通信工具，主动或被动地受理和处理客户诉求的一种服务工作。

从事呼叫服务工作的相关人员就是呼叫服务员，也称坐席，通常在呼叫服务中心工作。

呼叫服务员的基本职责就是根据企业的要求和客户的需要执行和提供呼叫服务，主要包括接听客户来电并受理客户诉求，或主动致电相关客户进行信息收集、产品和服务的推广及营销等工作。随着呼叫服务行业的发展，呼叫服务本身也经历了一个从被动到主动、从低级到高级的发展历程。目前呼叫服务的主要目的是满足客户需要、令客户满意，以提高企业原有客户的忠诚度并努力争取新的客户，从而提升企业形象，增强企业竞争能力。作为呼叫服务执行者的呼叫服务员也已被定位到了“企业与客户沟通的第一线”这一重要位置上。

二、呼叫服务的特点

1. 难以感知性

难以感知性可以从三个不同的层次来理解：

(1) 呼叫服务的很多元素对于客户而言是看不见、摸不着的。

(2) 客户在接受呼叫服务之前，往往不能肯定他能得到什么样的服务。因为很多服务都非常抽象，很难描述。

(3) 对于某些呼叫服务而言，其结果有一定的延后性，客户在接受服务后无法立即感受到服务的利益，也就无法对服务的质量做出全面客观的评价。

2. 互动性

呼叫服务员向客户提供呼叫服务的过程是服务人员与客户互动的过程，两者缺一不可，而且双方都有可能对服务的结果产生影响。

3. 差异性

差异性是指呼叫服务是一个非常复杂的过程，在某种意义上说很难做到标准化，每次服务带给客户的效用、客户感知的服务质量都可能存在差异。这主要体现在三个方面：

(1) 呼叫服务员的原因，如心理状态、服务技能、努力程度等，即使是同一服务人员提供的服务有时在质量上也可能会有差异。

(2) 客户的原因，如客户的知识、经验、动机等都会影响其对服务的感受。

(3) 呼叫服务人员与客户之间的相互作用，即使是同一人员向同一客户提供的服务，也可能存在差异。因为在双方互动的过程中，存在太多的因素会对服务结果产生影响。

4. 流程化

大多数的呼叫服务都遵循了一定的规范或符合一定的流程。比如说，当呼叫服务人员接到一个客户来电后，将按照不同部门、企业等制定的服务流程规范为客户提供服务。如何向客户问候，什么样的需求应按照怎样的流程进行处理等都有各自的规定。所有的这些都是不同部门或企业根据各自的工作性质特点专门为客户制定的。

5. 不见面的服务

呼叫服务是利用以电话为主的各种通信设备完成的服务，因而呼叫

服务员很少有机会与客户直接见面。但同时这种服务又要求呼叫服务员力争达到面对面服务的效果,因此,呼叫服务员必须具备电话沟通技巧、良好的倾听能力和语言驾驭能力等多种技能。

三、呼叫服务与其他种类服务的区别及联系

1. 呼叫服务与普通客户服务

呼叫服务是一种特殊的客户服务,其服务内容与服务宗旨与普通客户服务是一样的,但其与普通客户服务最大的区别在于呼叫服务必须要借助以电话为主的通信工具来完成,在大多数状况下,呼叫服务是一种非面对面的服务。这种服务方式突破了地域、时间的限制,更加方便、快捷,大大节约了服务成本。但是这也增加了呼叫服务员与客户沟通的难度,对呼叫服务员的语言驾驭、电话沟通等方面的能力要求也要比从事普通客户服务的人员高得多。

2. 呼叫服务与传统热线服务、声讯服务

现代的呼叫服务是从传统的服务热线和声讯服务发展而来的,在服务内容上有一定的相似之处,但又存在着很大的区别:

(1) 现代的呼叫服务可以支持电话、手机、传真、互联网等多种接入方式。

(2) 现代的呼叫服务是双向的服务,不仅可以受理客户的呼入,也要主动地呼出。而传统热线服务、声讯服务只关注客户的呼入。因而,现代的呼叫服务较传统服务多了市场营销、统计调查、提供个性化服务等多种功能。

(3) 传统的热线服务只是简单地接收呼入,提供一般的信息服务,并不存储客户信息与数据,无法适应现代企业进行客户关系管理的需要。现代的呼叫服务注重对客户信息的收集,并通过对信息进行统计,分析了解客户的需求,及时改进服务,进而向客户提供个性化、专业化、全方位的服务。呼叫服务的服务品质、服务范围和服务深度远远高于传统的热线服务、声讯服务。

3. 呼叫服务与网络服务

传统的呼叫服务,即以电话、传真为基础的呼叫服务和网络服务的内容是相似的,呼叫服务可以提供的服务,网络服务基本上都可以提供。但网络服务需要客户自助服务,对客户的要求较高,且要求客户具备网

络环境；呼叫服务是由呼叫服务员代替或指导客户完成某项操作或某种业务，对客户的要求相对较低，且只需电话就可以得到服务。

随着网络技术的广泛被采用，现代呼叫服务已与网络服务相融合，并且实现了优势互补。呼叫服务已不单纯只有电话和传真，还有电子邮件、文本交谈、网络电话，甚至网络视频会议等服务手段。客户可以灵活选择服务形式，例如，客户可以首先自己在网络上进行操作，当需要帮助时可以致电客户服务中心，或者可以从网络上发起一个文本交谈请求甚至一个网络电话，寻求呼叫服务员的帮助。这极大地提高了呼叫服务的灵活性和呼叫服务的工作效率，但同时也对呼叫服务员提出了更高的要求。

第二节 呼叫服务的发展与现状

一、呼叫服务的历史

1. 呼叫服务中心的产生与发展

(1) 呼叫服务中心的起源

呼叫服务中心起源于北美，其历史几乎与电话的历史一样久。1874年，第一部电话诞生。1877年产生了第一个接线中心，接线员接听客户的电话，并按客户的要求，为客户接通另一方的电话。有些人将此视为世界上第一个最原始的呼叫服务中心。

世界上第一个具有一定规模并且提供24小时服务的呼叫服务中心是由泛美航空公司在1956年建成并投入使用的，该中心可以向客户提供机票预订和查询服务。随后AT&T公司推出了第一个用于电话营销的呼出型（Outbound）呼叫服务中心，并在1967年开始运营800号被叫付费电话业务。自此，呼叫服务中心逐渐发展成为一个相对独立的行业。

之后，客户服务理念被广泛采纳并逐渐受到重视，呼叫服务中心成为许多大型企业普遍采用的手段，这成为推动呼叫服务中心发展的主要动力。

现代的呼叫服务中心已经具备了客户服务、电话营销和进行其他特

定商业活动的功能,成为企业向客户提供优质的客户服务,提升自身形象,提高竞争力的重要手段,具有十分重要的地位。

(2) 呼叫服务中心的发展

早期的呼叫服务中心实际上只是一个电话处理中心,只具备单一的电话接入方式,提供的服务也只是简单地接听电话,处理客户的求助。

20世纪六七十年代,快速发展的IT技术被应用在呼叫服务中心的建设和运营中。20世纪80年代诞生了现代呼叫服务中心,它集成了程控交换机的智能呼叫分配系统、计算机电话集成系统、自动应答系统、数据库等高效的技术手段和有经验的呼叫服务员。

随着呼叫服务中心业务量的不断扩大,客户服务意识广泛得到重视,电话处理中心的服务方式已不能满足企业的需要。企业需要呼叫服务中心不仅能处理电话,而且是以客户为本的客户服务中心,能够向客户提供更多、更灵活的服务手段,每周7天、每天24小时地提供不间断的服务,并且能够根据客户的特点与需要向客户提供个性化服务。这些需求使呼叫服务中心在建设、运营和管理方式、服务方式等方面都产生了深刻的变化。

在国外,呼叫服务中心早已发展成为规模庞大的产业,不仅有各种形式的呼叫服务中心、外包呼叫服务产品供应商,还有众多的硬件设备提供商、系统集成商、软件产品提供商、咨询服务商,并且有专业的杂志、网站、培训和认证机构等。

呼叫服务中心在北美、欧洲、日本、澳大利亚、新加坡等国家和地区的香港地区发展相对较快。以澳大利亚为例,1996年以前,澳大利亚的呼叫服务中心大多集中在电信、信用卡、航空、汽车租赁和出租车行业,大约有800个呼叫服务中心,10000个呼叫服务从业人员。此后由于市场的扩张和新技术的引进,到2003年,澳大利亚的呼叫服务中心已达到5000多个,拥有近100000个从业人员。在美国,据调研公司(Frost&Sullivan)的资料显示,到1998年,美国已有约85%的企业建立了呼叫服务中心。呼叫服务中心已经成为客户服务的主要手段,且每年仍以20%的速度增长。

(3) 呼叫服务的发展

呼叫服务从企业对外公布服务电话开始就已经存在了。早期的呼叫服务起源于对外公开的服务电话号码。企业的某些雇员利用办公桌上的