

供电企业 优质服务培训教材 (中篇)

叶 飞 编著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

供电企业 优质服务培训教材

中国电力出版社

供电企业优质服务培训教材

(中篇)

叶飞 编著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本教材由长期活跃在供电企业优质服务培训的咨询公司和培训教师结合当前的供电企业实际编写,共分三篇,分别是:让客户满意而归(上篇);投诉是金(中篇);服务礼仪规范(下篇)。针对各级供电企业的窗口服务人员、业扩报装人员、抢修人员、95598呼叫中心人员、抄表人员等一线职工开展优质服务技能培训使用,通过职业道德、业务技能、服务艺术、服务礼仪、微笑服务等全方位的培训、学习,促使营销服务人员服务水平的全面提高。

图书在版编目(CIP)数据

供电企业优质服务培训教材. 中篇/叶飞编著. —北京:
中国水利水电出版社, 2007
ISBN 978-7-5084-4848-0

I. 供… II. 叶… III. 供电—工业企业—服务质量—技
术培训—教材 IV. F426.61

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 137707 号

书 名	供电企业优质服务培训教材(中篇)
作 者	叶飞 编著
出版 发行	中国水利水电出版社(北京市三里河路6号 100044) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 63202266 (总机)、68331835 (营销中心)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
印 刷	北京市地矿印刷厂
规 格	889mm×1194mm 24开本 总25印张 总170千字
版 次	2007年8月第1版 2007年8月第1次印刷
印 数	0001—5000册
总 定 价	68.00元(共三篇)

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

前 言

我们常说：沉默是金。那是针对一个人的品行涵养而言。对于一个营销服务部门，客户的沉默不但不是金，那简直就是一种灾难！

试想一下：客户进门了，我们的服务人员一脸肃穆，一言不发，摆出一副既不欢迎、也不拒绝、有你不多、无你不少的嘴脸，那客户心中会怎么想：“哦，我在这里只是一位无足轻重的过客！”这不就是标准的“门难进，脸难瞧”？这样的门，就是把黄金拿来贱卖，想必也不会有多热闹。要不了多久，你就会从骨头里体会到“门可罗雀”的寒意了。

同样，客户对我们的工作提出建议、批评、抱怨、指责，说明客户对我们还没有丧失信心，他还将继续购买我们的产品和服务。如果我们的客户下定了“沉默是金”的决心，连发脾气的兴趣都没有了，那就是说我们已经被客户无情地抛弃了。赢得一位客户的心，也许要花费“铁棒磨成绣花针”的功夫，而失去一位客户，只需要3分钟。

也许，有人会说：我们是卖电的，现如今，多少大老板拿着钱还买不到电呢，走了一个两个客户怕什么，怎么走的他还得怎么回来。此话在全民大缺电的背景下也许不假，可是别忘了，几年前国家还在鼓励用电，用电优惠“套餐”塞满了许多家庭和企业的门缝，更何况这电绝不会没完没了地缺下去，随着这些年星夜兼程大干快上的各种水电、火电、核电、风能发电甚至海水发电厂的相继建成投产，谁又敢说皇帝女儿般的电力，不会有嫁不出去的一天？

对于供电企业而言，沉默不是金，并不等于投诉越多越好。投诉是金是银其实并不重要，重要的是无论何时何地，我们都应该重视每一位客户的感觉，奉献我们的真心和诚心，用心做好每一天！

编者

2007年7月

投诉是什么？

投诉是信赖；

投诉是忠诚；

投诉是黄金；

投诉是苦口的良药；

投诉是痛苦孕育出的珍珠。

中 篇

目 录

前言

第一章 客户为什么要投诉?	87
第一节 客户投诉的原因	90
第二节 客户投诉的后果	93
第三节 客户投诉的积极因素	95
第四节 对待客户投诉的基本态度	99
第五节 可以预先避免的投诉	102

第二章 如何让恼怒的客户心平气和.....	107
第三章 如何让投诉的客户满意而归.....	140
第四章 如何让投诉的客户回头再来.....	156
第一节 接受投诉阶段.....	158
第二节 解释澄清阶段.....	160
第三节 解决处理阶段.....	162



第一章

客户为什么要投诉?





客户为什么要投诉? ●



客户为什么要投诉?

请记住:

▲当客户对花钱购买的某种产品或服务感到不满意时,就有可能进行投诉。

[案例]

一天,小王接到张大爷的报修电话,二话没说,拎上工具袋火速赶到张大爷家,一检查,是漏电保护开关跳了,小王一伸手恢复了漏电保护开关按钮,来电了,小王挥手向张大爷作别。回到单位水还没喝一口,张大爷的报修电话又来了……如此这般,隔三岔五地张大爷



● 客户为什么要投诉?

就要给小王打一通电话，把张大爷惹恼了：“年轻人，你们做事怎么这样的不牢靠？”

张大爷恼得有没有道理？

按理说，小王接到张大爷的报修电话，二话没说，拎上工具袋火速赶到张大爷家并且迅速排除故障恢复了供电，小王的服务挺热情的呀，那张大爷为什么还不满意？原来，张大爷每次在给小王打电话的时候，已经有了一个期望值：我家的电不要老出问题。如果小王在第一次恢复供电后，再稍微费点神，将漏电保护开关恢复按钮的使用方法教给张大爷，那张大爷的报修电话肯定会明显减少。如果小王再延伸一下他的服务：漏电保护开关为什么老跳闸？是线路破损、负荷太重还是开关老化？查出故障原因并排除它，让张大爷家的电从此不出问题，那张大爷肯定会笑得合不拢嘴。

[经验分享]

◆优质服务不能只是僵硬地履行工作职责，头疼医头地为顾客办事，仅仅满足客户的基本要求，并不能使客户特别感动，只有站在客户的位置上，用心识别客户的期望值，千方百计地满足和超越客户的期望值，才能使客户真正而长久地满意。



第一节 客户投诉的原因

一、电力客户投诉的一般原因

◆ 客户购买电力产品，是为了满足其生产、生活的用电需求。当我们不能提供安全、稳定、充裕的电力供应时，客户就会不满意。

◆ 客户在购买一般商品时，依法享有“三包”服务，客户在购买和使用电力产品时，同样应该享有及时、便捷、专业的维护保障服务。当我们的维护保障服务不及时、不方便、不规范、不专业时，客户就会不满意。

◆ 客户在办理任何一项用电业务时，都希望得到及时、便捷、专业、舒适的服务，当我们的客户服务不及时、不方便、不规范、不专业、不舒适，客户就会不满意。

◆ 随着服务意识和竞争的提升，客户的要求越来越高。当客户感受不到在别的服务行业所享有的服务礼遇时，客户就会不满意。



二、电力客户不满意的具体事项

- ▲ 引起电力客户不满意的原因是多种多样的, 例如:
- ◆ 客户刚把米放入锅中突然停电了;
- ◆ 客户的家中一片漆黑, 电力抢修人员却千呼万唤不露面;
- ◆ 抢修现场一片狼藉, 抢修人员就凯旋而归了;
- ◆ 办理用电业务出了东门进西门, 下了三楼又上七楼;
- ◆ 服务人员脸难看、话难听、事难办;
- ◆ 服务人员衣冠不整、办事效率低下;
-



客户为什么要投诉? ●

▲ 你认为客户不满的原因还有哪些?

A.

B.

C.

[经验分享]



要让电力客户满意,就要从电力产品的质量和优质服务两个方面,努力满足并超越用电客户的期望值。



第二节 客户投诉的后果

由于产品或服务缺陷引发的客户投诉，将会给企业和当时的服务人员造成一系列的负面影响和不良后果。

▲ 后果一

资料表明：一个投诉的客户背后至少还有 24 个不满的客户或是存在 24 个类似的问题。这就是说，当我们接到第一个投诉，就表明我们的产品或服务已经存在问题，并且，这个投诉也许只是问题冰山的一角。所以，必须重视客户的每一个投诉。

▲ 后果二

资料表明：如果我们不能让一个投诉者满意而归，那他就有可能将他的不满传递给周围的 15 个人，这样，我们的问题就有可能被放大 15 倍。

▲ 后果三

资料表明：有 96% 的客户对你的产品或服务不满时，因为怕麻烦



客户为什么要投诉? ●

而不会进行投诉,他们表达不满的方式是离开你,到你的竞争对手那里去。

▲后果四

电力是一种公益性的社会必需品。如果引起社会公众的投诉,那政府就会对你的企业投不信任票。如果失去了政府的信任和支持,企业将失去良好的生存、发展的环境和空间;如果因为你的服务而使企业的生存、发展遇到困难,那你的工作岗位就会出现危机。

[案例]

南京冠生园是一家老字号的糕点品牌名店。2001年中秋节前,南京冠生园用陈馅翻炒后再制成月饼出售的事件被客户投诉,经媒体披露曝光,一时间举国哗然。老字号的南京冠生园月饼顿时无人问津,很快被各地商家撤下柜台,时值月饼销售旺季,其销售却一下子跌入冰点。信誉的失落使多年来一直以月饼为主打产品的南京冠生园被逐出了月饼市场,该公司的其他产品如元宵、糕点等也很快受到株连,没人敢要。尽管有关部门后来通知商家:南京冠生园的月饼经检测合格,可以重新上柜,但心存疑虑的消费者对其产品避之惟恐不及,冠生园月饼再也销不动了。

生产难以为继的南京冠生园从此一蹶不振,最终向法院提出破产申请。