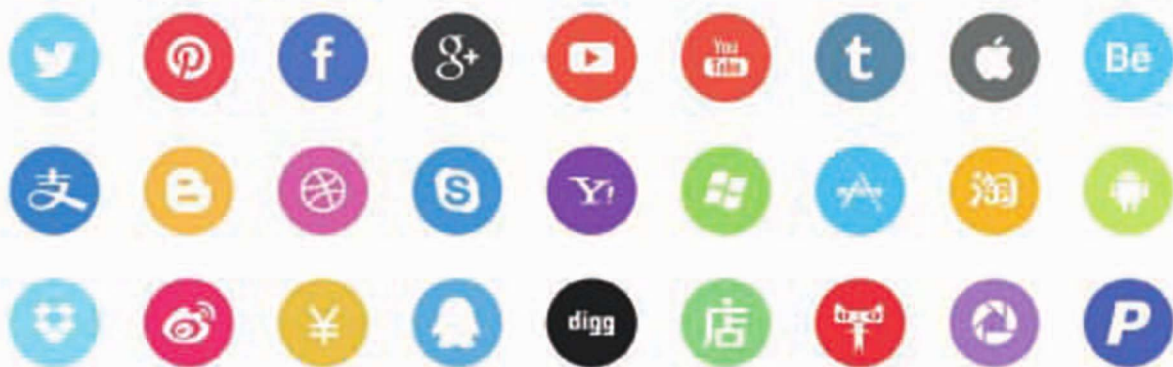




网络客户服务综合实训

主 编 / 詹益生

副主编 / 王 菲 王少炳





内容提要

本书是职业教育电子商务专业“十三五”规划系列教材之一。本书立足电子商务客户服务工作的实际岗位需求,从电子商务企业文化认识入手,着眼于电子商务客户服务基本技能的培养,详细介绍了售前的店铺推广与客户接待、售中的订单处理、售后的评价处理与客户维护的电子商务客户服务全过程。通过电子商务企业项目—任务—活动的设计,促使学生在完成实际项目任务活动的过程中,理解企业文化的深刻内涵;掌握常用的店铺推广工具与推广手段,擦亮店铺名片;掌握客户接待的方法与技巧,促成交易;熟练处理订单信息,周到地服务客户;摆正心态,平和面对,妥善处理纠纷与中差评;在售前、售中、售后各环节中,熟练应用各种客户关系管理工具及方法对客户进行管理和维护,从而为店铺的可持续发展作好铺垫。

本书可作为职业院校电子商务及其相关专业的教材,也可供相关人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

网络客户服务综合实训/詹益生主编.--重庆:
重庆大学出版社,2018.2

职业教育电子商务专业“十三五”规划系列教材
ISBN 978-7-5689-0976-1

I. ①网... II. ①詹... III. ①电子商务—商业服务—
职业教育—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第002613号

职业教育电子商务专业“十三五”规划系列教材 网络客户服务综合实训

主 编 詹益生

副主编 王 菲 王少炳

策划编辑:王海琼

责任编辑:李定群 姜 凤 版式设计:王海琼

责任校对:谢 芳 责任印制:张 策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:易树平

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆长虹印务有限公司印刷

*

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:9.5 字数:203千

2018年2月第1版 2018年2月第1次印刷

ISBN 978-7-5689-0976-1 定价:26.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

编委会

顾问 邵兵家

总主编 刘春青

编委 (以姓氏笔画排序)

王敬	邓运珠	邓启辉	邓筱玲	卢文升
付良才	冯益鸣	叶敏	刘佳	朱显贵
朱腊云	何义勇	陈文静	吴成	汪华
麦海森	李艳霞	苏清	张雪玲	李庆韶
李毅	孟军	郑光永	罗琼芳	钟卫敏
何益	陈高如	李浩明	吴陵玲	吴高峰
余刚灵	张进良	李志宏	吴享明	严丽娜
陈丽娟	陈奋萍	陈国旋	杨国富	杨洋
姚建军	凌云	唐丹	贾军	莫顺朝
徐益龙	黄文苑	黄劲	章利建	曹宏钦
黄惠雯	黄皖毅	曾国熊	谢淳	程颖
彭燕姐	蓝伟校	雷祖光	詹敏玲	翟小冰
廖文硕	蔡扬	黎帝兴		

编写人员名单

主 编 詹益生（广东省对外贸易职业技术学校）

副主编 王 菲（珠海市第一中等职业学校）

王少炳（汕头市澄海职业技术学校）

参 编 邵淑仪（广州市财经职业学校）

温李芳（广州市财经职业学校）

李洁芳（佛山市龙江职业技术学校）

罗 静（珠海市第一中等职业学校）

叶小办（珠海市第一中等职业学校）

序

随着互联网技术的日益普及，以电子商务为代表的互联网应用得到了快速发展。现在，电子商务已经深入我们生活的方方面面，从有形产品到无形服务，从国内到跨境，从城市到农村，交易的内容和范围不断扩大。越来越多的传统企业受到电子商务的冲击，也意识到开展电子商务的重要性，从中央到地方，从企业到个人，都在积极探索电子商务发展之路。

中国作为一个发展中国家，开展电子商务比发达国家具有更为重要的意义，可以更好地解决落后地区因传统商业设施不足带来的问题，有助于解决农业生产中由于信息不对称带来的难卖问题，所以电子商务对人口众多的中国农村意义更为突显。近年来，中央部委及各级政府陆续出台了一系列相关的政策措施，积极推动电子商务的发展。

国务院总理李克强在今年的政府工作报告中提出并制订“互联网+”行动计划，而发展电子商务等新兴服务业，是“互联网+”行动的重要内容，对于促进传统产业和新兴产业融合发展，减少流通成本，激励创业、扩大就业具有重要意义。现在，全社会掀起了一股以互联网为基础的创新和创业热潮。

一个新兴行业的发展离不开人才，随着电子商务的迅速发展，人才不足的问题也日益凸显，对电子商务人才培养模式的改革也提上议事日程。国家十分重视教育特别是职业教育的发展，在政策及资金等方面都给予了极大的支持。对于职业教育而言，如何科学地分析职

业岗位及其技能的需求,如何科学地设置课程体系和实践环节,如何建立与企业有机结合的人才培养创新模式,是各级职业院校面临的重要课题。在此过程中,一方面要求任课教师积极参与企业的实践,掌握实际的操作技能;另一方面,需要通过有效的机制设计来吸引有丰富的实战经验又乐于分享的行业精英参与教学实践。现在,各地也总结了一些校企合作的经验,结合各自的特色来选择设计有效的模式。

人才培养中一个重要的方面就是教材,一本好的教材对授课教师和学生都十分有帮助。然而,电子商务的发展日新月异,新技术和新模式不断推出,给电子商务的教学带来了极大的挑战。作为基于互联网产生的电子商务,其教学方式也应借助互联网,通过互联网来完善传统的纸质教材的不足,为教师提供不断更新的教学资源,为学生提供随时出现的创新型实践案例。因此,教材的范围会从纸质扩展到电子版,从现实扩展到虚拟空间,组成一个立体的教学资源。

基于以上分析,重庆大学出版社组织了具有丰富实践教学经验的双师型教师 and 丰富实战经验的企业专家,借鉴现代教学方法和教材编写理念,策划出版本系列专门面向职业学校的电子商务系列教材。

本系列教材是在深入分析我国电子商务的实践和企业运营实际的基础上,针对电子商务的岗位需求和能力知识需求而设计的。把知识的学习和能力的培养通过系统的模块设计来实现。重视以学生为中心,鼓励学生通过动手实践来探索,实现教与学的有机统一。在结构安排上,本系列教材设置了“项目综述”“项目目标”“项目任务”“任务情境”“任务分解”“合作实训”“项目总结”和“项目检测”等栏目,培养学生的动手应用能力。另外,教材还配有教学资源包和专业网站,为“立体化”教学提供支持。

本系列教材的出版,为职业学校电子商务的教学提供了灵活、实用的教材。相信本系列教材一定能够很好地适应现代职业学校教学的需要,为社会培养出更多优秀的电子商务专业人才,为我国电子商务的发展作出应有的贡献。

编委会

2015年12月

前言

本书是职业教育电子商务专业“十三五”规划系列教材之一。

随着国内电子商务的迅速发展,国内市场营销环境由“产品经济”向“服务经济”和“体验经济”转变,企业间的竞争焦点放在了对客户的争夺上,企业越来越重视客户服务工作,越来越期望拥有高素质的客户服务人员,为客户提供高质量的服务。当今企业对于客户服务人员的需求超过了以往任何时期,从智联招聘发布的各年人才报告可以看出,互联网和电子商务行业的人才需求量大,尤其是网络客服人员。网络客户服务技能广泛应用于电子商务活动中的各个岗位,包括前台接待、业务代表、呼叫中心、售后服务、客户关系维护等所有与客户直接打交道的岗位。这些岗位的目标都是不断地致力于改善客户服务水平,让客户满意。

本书是为了满足企业对网络客户服务人才的迫切需要,依据教育部关于“培养具有综合职业能力,在生产、服务、技术和管理第一线工作的高素质劳动者和中初级专门人才”的培养目标,基于社会对职业学校学生的基本要求和人才培养目标考虑编写而成,在编写时突出了实践性教学,在思考、学、做、评价的基础上构建新的认识,提升对知识的理解。

本书在编写时力求突出以下特色:

1. 打破传统的理论递进编写体系,直接以实际项目、生产任务为出发点,突出了教学过程的实践性和职业性理念。

2. 体现了以应用为目的,以“必需、够用”为度,按照学生的实际情况,以学生为主体确定理论内容,加强实践性教学环节,融入足够的实训内容,保证对学生实践能力的培养,体现“能适应生产、建设、服务和管理第一线需要的德、智、体、美等全面发展的高素质技能型专门人才”的培养要求。

3. 注重与现代经济的发展相结合、与行业企业相结合,为提升学生的可持续发展能力奠定良好的基础。

全书内容从电子商务客服工作的实际需要出发,从客户服务基本技能入手,介绍了营造企业文化氛围、店铺推广、接待客户、处理订单、处理评价、维护客户 6 个部分组成的完整电子商务客户服务的全过程。每个过程又设计了若干个任务,每个任务有 2~4 个活动,每个活动包括活动背景、活动实施、实训、活动评价等,实现了层次有序、学做结合。

本书由广东省对外贸易职业技术学校詹益生担任主编;珠海市第一中等职业学校王菲、汕头市澄海职业技术学校王少炳担任副主编。其中,项目 1 由邵淑仪、温李芳编写,项目 2 由李洁芳编写,项目 3 由王菲、罗静编写,项目 4 由詹益生编写,项目 5 由温李芳编写,项目 6 由叶小办编写。

本书配有电子课件、电子教案、习题答案、试卷供教师参考,需要者可到重庆大学出版社的资源网站(www.cqup.com.cn,密码和用户名:cqup)下载。

本书在编写过程中浏览了许多相关网站,参考了大量的相关文献资料,并得到许多电子商务企业的大力支持,在此表示衷心的感谢。

由于编者学识有限,书中难免存在疏漏及不足之处,敬请广大读者批评指正,以便今后进一步修改和完善。

编 者

2017 年 3 月

目 录

项目 1 营造企业文化氛围	1
任务 1 组建客服团队	2
活动 1 组建团队及分岗位	2
活动 2 起组名	4
活动 3 设计组标	4
活动 4 设定组训	5
活动 5 制订客服日常管理制度	6
任务 2 熟悉产品特性	7
活动 1 理解产品知识	7
活动 2 分队介绍产品	8
任务 3 制订客服交接制度	9
活动 1 制作轮班表	10
活动 2 制订交接指引和流程	11
活动 3 设计交接工作单	12
 项目 2 店铺推广	 15
任务 1 免费推广网店	16
活动 1 论坛发帖	16

活动 2 设置橱窗推荐	18
活动 3 充分利用友情链接	20
任务 2 付费推广网店	22
活动 1 淘宝客推广	22
活动 2 钻石展位推广	24
活动 3 直通车推广	28
任务 3 必要的站外宣传	34
活动 1 利用贴吧宣传店铺	35
活动 2 利用搜索引擎宣传店铺	39
活动 3 通过博客进行推广	40
项目 3 接待客户	45
任务 1 使用网络工具	46
活动 1 设置“个性化设置”	47
活动 2 设置快捷短语和“机器人”	49
活动 3 设置客户分组	53
活动 4 使用其他功能	54
任务 2 训练接待流程	56
活动 1 热情问好	57
活动 2 回答咨询	60
活动 3 促成交易	63
活动 4 核实告别	65
任务 3 设计接待话术	66
活动 1 设计物流快递话术	67
活动 2 设计促销、催付话术	69
活动 3 设计拒绝、致歉话术	70
项目 4 处理订单	73
任务 1 接收、处理客户订单	74
活动 1 接收订单	74
活动 2 修改交易金额	76
活动 3 修改运费	77

活动 4 确认订单	79
任务 2 打包发货	79
活动 1 了解常见的物流、快递公司	80
活动 2 完成后台物流选择操作	82
活动 3 了解包装材料	83
活动 4 做好商品的包装	86
任务 3 跟踪订单发货状态	87
活动 1 快速发货, 做好提醒	88
活动 2 跟踪物流	90
活动 3 收货确认, 促使评价	91
项目 5 处理评价	95
任务 1 处理中差评	96
活动 1 调整心态, 正确面对中差评	97
活动 2 透过现象, 分析缘由	98
活动 3 对症下药, 妥善处理中差评	100
任务 2 解释评价	104
活动 1 中差评解释写作思路	105
活动 2 中差评评价解释写作	106
任务 3 处理交易纠纷	109
活动 1 耐心聆听, 重视问题	110
活动 2 提出解决方案	112
活动 3 制作归档表格	114
项目 6 维护客户	117
任务 1 建立客户档案	118
活动 1 设计客户信息登记表	118
活动 2 了解收集客户信息的方法	121
活动 3 收集客户信息	122
任务 2 分析客户资料	124
活动 1 判断客户信息的有效性	124
活动 2 建立客户信息档案汇总表	125

活动 3 分析客户资料	128
任务 3 设计客户关怀方案	131
活动 1 一对一客户关怀	131
活动 2 户外体验活动	134
 参考文献	 138

项目 1 营造企业文化氛围

项目综述

企业文化又称组织文化，集中反映一个组织的价值观、信念、仪式、符号、处世方式等，对企业的生存和发展都起着非常重要的作用。因此，营造良好的企业文化氛围将对企业有健康积极的影响。围绕企业文化的营造，本项目包括组建客服团队、熟悉产品特性、制订客服交接制度 3 个任务。

项目目标

通过本项目的学习，应达到的具体目标如下：

知识目标

- 知道电子商务客服团队的组成及组建流程；
- 知道产品特性；
- 了解客服轮班制度及交接制度。

技能目标

- 能根据企业需要组建客服团队；
- 能制作产品手册，并根据客户的提问回答关于产品的相关问题；
- 能熟练掌握轮班表及交接指引和流程的制作；
- 培养学生制订客服交接制度的能力。

情感目标

- 培养诚信的客户服务意识，养成换位思考的同理心；
- 培养客服人员正确、积极、合作、乐观的阳光心态；
- 培养客服人员较强的抗挫折能力。

项目任务

任务1 组建客服团队

任务2 熟悉产品特性

任务3 制订客服交接制度

任务1 组建客服团队

情境设计

“双十一”网购狂欢节是电子商务平台为提高销售额度而进行全场大规模促销的日子，一年一度的“双十一”购物狂欢节还有两个月就要来临了，各电子商务企业都进入了紧锣密鼓的准备阶段。有些电子商务公司为缓解客服的承接压力，聘请临时客服进行分流，还有些电子商务公司为节省成本、方便快捷，将客服业务外包给一些承包公司。学校的电子商务专业负责人Q老师接到了电子商务运营公司M发出的“双十一校企合作”的邀请，该公司打算将其部分客服业务外包给学校电子商务专业的学生完成。为顺利完成外包客服任务，在电子商务客服课上，师生讨论组建客服团队。

任务分解

组建客服团队包括组建团队及分岗位、起组名、设计组标、设定组训和制订客服日常管理制度5个活动。

任务实施

活动1 组建团队及分岗位

活动背景

选取完成项目任务所需要的合适人选是组建客服团队的第一步，也是保障项目任务如期按质按量完成的前提与基础。为了圆满完成电子商务运营公司M交给的项目任务，有过企业实践经历的实习客服陈欣（本书涉及人物名称均为化名）同学在Q老师的引导下，开始组建客服团队。

活动实施

实习客服陈欣根据以往企业实践的经历，结合电子商务运营公司M的需求，制订了

如例 1 所示的客服团队组织结构图,并根据此图在电子商务专业二年级的学生中挑选了合适人选。

[例 1.1.1] 实习客服陈欣根据去年参与“双十一”实践活动的公司客服团队的构成情况,绘制了如图 1.1.1 所示的组织结构图。由于本次活动属于学校电子商务专业二年级学生的专业实践活动,陈欣与任课老师商量后成功制订了如下所示的客服团队的选人标准。

- (1) 有强烈的责任心和团队精神;
- (2) 打字速度要求每分钟 60 字以上;
- (3) 有较强的沟通能力,并且耐性好;
- (4) 有强烈的求知欲,愿意学习新知识;
- (5) 能够接受电子商务客服的早班、中班、晚班的排班要求;
- (6) 电子商务客服作业成绩良好以上;
- (7) 同等条件下,参照班主任意见择优录取。

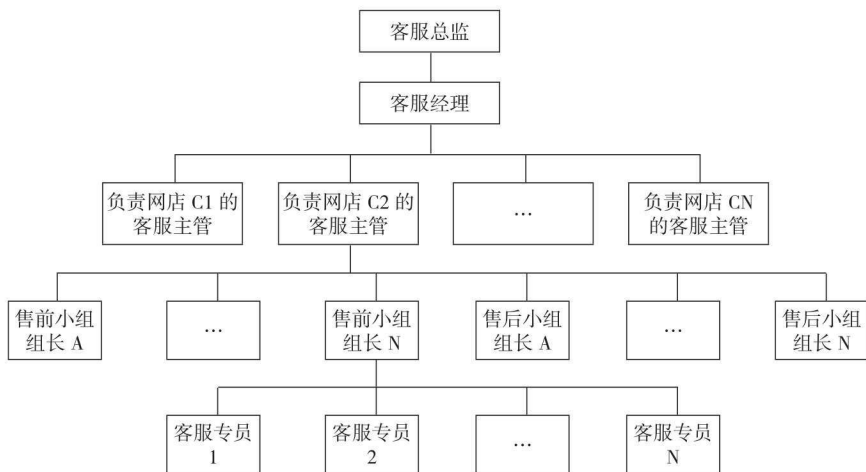


图 1.1.1 组织结构图

根据组织结构图和客服团队的选人标准,陈欣成功选取 40 名同学参与此次活动,结合实际,同时邀请企业对接的负责人担任客服总监、Q 老师担任客服经理,陈欣则担任客服主管。根据企业的需求,将 40 名同学分成 8 个小组,每小组选择一名责任心强的同学担任小组组长,由此建立起企业与学校沟通的桥梁。

实训

寻找“双十一”外包项目,承包该项目,并根据班级实际情况以及承包的项目实际情况制订一定的标准,在此基础上选择合适的人选,每组 4~6 人对这些人选进行分组,并为他们分配合适的岗位。

活动评价

选取合适的人选,并为他们分配合适的岗位是组建客服团队的第一步,也是较基础且

重要的一步，是完成承包任务的前提与关键。因此，必须以认真的态度严肃对待组建客服团队的第一步。

活动2 起组名

活动背景

在成功组建客服团队之后，起名成了大家关注的环节。一个团队的名字对其发展而言，是至关重要的。因为团队的名字不仅关系客户的认可度，同时，它也是团队形象的代言人，事关团队经营的整体运势。因此，在起名过程中，大家必须结合队伍自身的特点，所属行业范畴以及发展态势来定名字。

活动实施

在客服经理 Q 老师的带领下，陈欣与客服专员的同学们一起，集思广益，群策群力，通过网络搜索、多方咨询、参照成功范例等方式，拟订了如例 1.1.2、例 1.1.3 所示的两个名字。

[例 1.1.2] YEFUL 悦服客服有限公司。

[例 1.1.3] 甄美客服有限公司。

最后，“YEFUL 悦服客服有限公司”这个名字得到了组员最多的票数，从而团队有了自己的名字。

实训

在活动 1 中定好的各个小组在组长的带领下给自己的小组起名。在此基础上再给客服团队起名，1~2 个，必须结合团队自身的特点，所属行业范畴以及发展态势，并得到大家的认可。

活动评价

通过对团队的起名，让大家开始了团队通力合作的第一步，也使各个组员有了一定的归属感。

活动3 设计组标

活动背景

如今，企业越来越重视公司文化的建设，这其中就包含企业徽标（LOGO）的设定。LOGO 的起源可追溯到古代，从早期部落的特殊标记，慢慢演变成国家的国旗或者国徽，可见其唯一识别性。从徽标的深层含义看，首先它代表着一个企业的经营理念，其次还有企业独有的文化特色，最后体现了企业自身的价值取向。因此，一个企业如果想做大做强，塑造一个成功的 LOGO 是非常重要的。

活动实施

设计团队徽标不是一件简单的事情，客服经理 Q 老师跟组员们展开了热烈的讨论，根据团队自身具有的年轻、团结、向上的特点，从徽标的独特性、可识别性、个性与共性等

方面入手,再结合电子商务客服的行业特性综合考虑,设计了一些有特点的 LOGO。图 1.1.2 至图 1.1.4 是老师为团队成员展示的 LOGO 设计案例,要求组员参考这些设计完成组标设计。

图 1.1.3 的 LOGO 设计理念是 3 种颜色的交集,象征着公司以热情、创新、优质服务对待客人;3 条白线环绕 3 种颜色,代表着公司以“顾客就是上帝的原则”对待每一位客人。

图 1.1.4 的 LOGO 是“广”与“粹”的拼音首字母,通过笔直的线条给人一种诚实、稳重的感受。G 与 C 连为一体,代表着真正的广府特产与文化的传承。



图 1.1.2 LOGO 案例 1



图 1.1.3 LOGO 案例 2

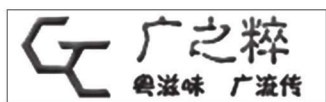


图 1.1.4 LOGO 案例 3

实 训

在活动 2 的基础上,各小组展示小组讨论,根据团队自身的特点以及所服务企业的行业特性,为 YEFUL 悦服客服有限公司设计 1~2 个 LOGO,要求体现出唯一识别性和经营理念。

活动评价

LOGO 的设计是对团队综合素质的一个体现,通过学习,同学们不仅拓宽了知识面,还能学以致用,巩固学习效果。

活动 4 设定组训

活动背景

企业口号标语的设立也是企业文化建设的一个必不可少的环节。可以说,企业口号标语就是战斗时的一面旗帜,它是一个动员令,也可以是一个目标,同时也是对团队成员的共同要求,是对社会价值观的宣传和提倡。因此,口号虽简单,但很重要。

活动实施

本次建立电子商务客服团队,主要是应对“双十一”网购狂欢节项目,所以大家结合该项目的特殊性,以及网络特定语言,同时紧靠合作企业的销售理念、销售目标,设定了以下几个团队口号。

[例 1.1.4] 双十一,好开心,亲的到来我欢欣!

[例 1.1.5] 你我化身战斗机,一同决战“双十一”!

[例 1.1.6] 向 6000 万元挺进!

实 训

在活动 3 的基础上,结合“双十一”网购狂欢节,各小组展开活动,选定网店,根据