



“十三五”职业教育电子商务项目课程规划教材

总主编 张建军

# 电子商务客户服务

马 蔚 主编



**Dianzi Shangwu  
Kehu Fuwu**



东南大学出版社  
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

“十三五”职业教育电子商务项目课程规划教材

总主编 张建军

# 电子商务客户服务

马 蔚 主编



东南大学出版社  
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

• 南京 •

## 内 容 提 要

本书从电子商务客户服务工作的实际需要出发,以电子商务客户服务流程为主线,展开全书的设计和编写。教材采用项目式编写体例,共包括8个项目,即认识电子商务客户服务、电子商务客户分析、电子商务客户服务沟通工具、电子商务客户服务技巧、电子商务售前客户服务、电子商务售中客户服务、电子商务售后客户服务和电子商务客户服务工作规范。每个项目精心设计了6个环节:项目简介、教学目标、工作任务、能力训练、相关知识以及思考与练习,实现了层次有序,学做结合。

本书可用于电子商务专业教材,也可作为营销类、客服类专业相关课程的教学用书,还可应用于企业销售、客服人员的自学和培训。

## 图书在版编目(CIP)数据

电子商务客户服务/马蔚主编. —南京:东南大学出版社, 2017.6

ISBN 978-7-5641-7208-4

I. ①电… II. ①马… III. ①电子商务—商业服务—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 132328 号

## 电子商务客户服务

---

|       |                                                               |
|-------|---------------------------------------------------------------|
| 出版发行  | 东南大学出版社                                                       |
| 社 址   | 南京市四牌楼 2 号 邮编 210096                                          |
| 出 版 人 | 江建中                                                           |
| 网 址   | <a href="http://www.seupress.com">http://www.seupress.com</a> |
| 电子邮箱  | <a href="mailto:press@seupress.com">press@seupress.com</a>    |
| 经 销   | 全国各地新华书店                                                      |
| 印 刷   |                                                               |
| 开 本   | 787mm×1092mm 1/16                                             |
| 印 张   | 8.25                                                          |
| 字 数   | 210 千                                                         |
| 版 次   | 2017 年 7 月第 1 版                                               |
| 印 次   | 2017 年 7 月第 1 次印刷                                             |
| 书 号   | ISBN 978-7-5641-7208-4                                        |
| 定 价   | 26.00 元                                                       |

---

本社图书若有印装质量问题,请直接与营销部联系。电话(传真):025-83791830

# 职业教育电子商务项目课程 规划教材编委会名单

主 任 张建军

副主任 徐林海 王传松 胡 革 陈 飞 张志伟 张绍来

委 员 (按姓氏笔画排序)

于 淼 马 蔚 毛岭霞 刘志铭 吴炎辉 吴贵山

吴婉玲 李红翠 张晓丽 李 娜 陆兰华 杨 俊

高 兴 董其清 董 敏

# 总 序

你在哪里,你都在网上,你孤独一人,你都在世界中——世界已进入互联网时代。在信息量以几何级数的速度增长、知识更新周期越来越短的时代背景下,死记硬背知识内容已经不再具有特别重要的意义(必要的知识储备是不可或缺的),相反,培养学生获取知识、应用知识和创造知识的能力,则显得尤其重要。随着电子商务的发展,企业需要大量的电子商务技能型人才,职业教育无疑承担着培养这类人才的重要任务。然而,传统的以学科知识内容传授为主的教学方式是无法胜任的。项目课程教学模式在培养技能型人才中的重要性和有效性,已经在职业教育先进国家的实践中得到证明。近些年来,项目课程在国内职业教育界也得到越来越深入的研究、认同和采用。作为项目课程教学活动的载体,项目课程教材是十分必要的。为此,国内很多教材编写人员进行了积极探索,也获得了不少成果。毋庸讳言,迄今为止国内现有的电子商务项目课程教材还不能完全适应现实需要,主要原因有四点:一是不少教材虽名为项目课程,但实际上只是将原来的学科知识内容划分为几个部分,把原来的“章”冠以“项目”的名义,而不是真正以工作任务(项目)为中心来选择、组织课程内容,因而没有达到项目课程的本质要求。二是已出版的教材之间,由于对内容安排缺乏统一规划,教材中内容重复或遗漏的现象比较严重,给广大师生选择教材带来了困扰。三是教材层次性不够清晰,一味求全、求深、求难的现象比较普遍。中、高等职业教育与普通本科的电子商务教材在内容、难度上没有明显区别,这势必造成学生学习上的困难,甚至影响学生继续学习的兴趣。四是教材内容的选取和编排顺序不尽合理,产生了许多知识断点、浮点、空白点甚至倒置现象。

东南大学是全国重点建设职教师资培养培训基地和教育部、财政部中等职业学校教师素质提升计划之电子商务专业师资培训方案、课程和教材(简称培训包项目)开发的承担单位,“十一五”以来,已进行十多轮次来自全国的中职电子商务教师培训,培训教师人数已达300余人。我们在培训项目开发和对教师的培训过程中,了解到参加培训的教师尽管在培训过程中系统学习了包括项目课程在内的各种教学模式、理论,但苦于没有合适的教材,无法将先进的教学理论真正应用到教学实践中去。在此情况下,东南大学电子商务系和东南大学出版社作为发起单位,组织包括参加培训的学员在内的来自全国的数十所普通高校、高职、中职学校的教师和电子商务企业高级管理人员、电子商务营销高级策划人员、技术开发骨干等,在培训项目开发研究的基础上,编写了一套涵盖职业教育

电子商务专业主要内容的项目课程系列教材。

该系列教材具有以下特点：

1. 定位职业教育。该系列教材的使用范围明确为中、高等职业学校的师生,以中、高等职业学校电子商务专业学生毕业后在电子商务领域就业岗位对职业能力要求为标准,选取教材内容,不求深,不求全,但求新,以期适应中、高等职业学校学生的知识背景。

2. 真正体现项目课程特色。根据工作任务(项目)需要,以项目所涉知识、能力为单元重新规划、布局课程内容(而不是以学科知识单元为标准),同时按照知识学习和能力培养的循序渐进原则,编排课程内容。

3. 内容新颖。紧跟电子商务行业发展现状,教材内容力求反映新知识、新技能、新观念、新方法、新岗位的要求,体现电子商务发展和教育教学改革的最新成果。

4. 产教结合。该系列教材编写人员既有来自学校的教学经验丰富的教师,也有来自企业的实践经验丰富的电子商务管理人员和工程技术人员,产业人员和教师相互合作,互为补充,互相提高,使本系列教材能够紧密联系教学与企业实践,更加符合培养技能型人才的需要。

5. 强化衔接。该系列教材注意将其教学重点、课程内容、能力结构以及评价标准与著名企业相关人力资源要求及国家助理电子商务师的考试内容进行对应与衔接。

6. 创新形式。与国内著名电子商务教学软件研究与开发企业合作,共同开发包括职业教育电子商务专业教学资源库、网络课程、虚拟仿真实训平台、工作过程模拟软件、通用主题素材库以及名师名课音像制品等多种形式的数字化配套教材。

7. 突出“职业能力培养”。该系列教材以培养学生实际工作能力为宗旨,教材内容和形式体现强调知识能力培养而非单纯知识内容学习的要求,变以往的只适合“教师讲、学生听”的以教师为主导的教学方式的教材为适合“学生做、教师导”的以学生为教学活动主体的教材,突出“做中学”的重要特征。

8. 统一规划。该系列教材各门课程均以“项目课程”为编写形式,统一规划内容,统一体例、格式,涵盖了中高职电子商务教学的所有主要内容,有助于在电子商务专业全面实施项目课程教学,从而避免不同教学方式之间容易发生的不协调、不兼容的现象。

“不闻不若闻之,闻之不若见之,见之不若知之,知之不若行之。学至于行之而止矣。”荀子的这段话,道出了职业教育最重要的特点,也道出了本系列教材编写的初衷,谨以此与广大读者共勉。

是为序。

张建军

于东南大学九龙湖校区

(总主编邮箱:zhjj@seu.edu.cn)

# 前言

随着电子商务的不断发展,国内电子商务环境已由“产品经济”转向“服务经济”,电商企业间的竞争焦点已逐渐转为对客户争夺上。企业也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。为了提供高质量的服务,当今企业对于客户服务工作人员的需求超过以往任何时候。

本书在编写过程中,遵循“够用为度,实用为先”的原则,按职业教育教学改革提倡的教学方法要求,力求体例新颖,结合中高职学生的实际情况和职业要求,注重案例导入和操作训练,突出教材的实用性。本教材共设计了8个项目,内容包括:电子商务客户服务的含义、服务职能以及相关工作流程(项目1);电子商务客户信息收集和整理的方式、方法,网上客户的行为特征以及客户分析的技巧,客户服务人员对不同客户的应对策略(项目2);即时通讯工具的种类及特点,电商客服人员应该掌握的即时沟通工具使用技巧(项目3);电子商务客户服务的主要服务技能:电话接听技巧、客户沟通技巧(项目4);电子商务售前客户服务的内容、步骤和技巧,客户常见问题解答(FAQ)的设置与更新的方法(项目5);电子商务售中客户服务的内容,订单处理流程和技巧,按规范处理售中交易问题,客户评价的管理方法(项目6);电子商务售后客户服务的内容,售后服务的流程和技巧,交易中的敏感和异常问题,规范处理异常,维护客户关系(项目7);电子商务客户服务的组织结构和相关制度规定以及电子商务客户服务人员的工作标准和行为规范(项目8)。各项目的设计从电子商务客户服务工作的实际需要出发,从客户服务的基本技能入手,涵盖了售前咨询服务、售中交易服务、售后维护服务的电子商务客户服务全过程。

本书在编写过程中得到了东南大学经济管理学院张建军老师的专业指导,并由其最终审定。编写过程中参阅了大量其他学者的著作、文章以及互联网的资料,在此一并致谢。

由于作者水平有限,书中不足之处敬请读者给予指正。

编者

2017年3月

# 目 录

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| 项目 1 认识电子商务客户服务 .....        | ( 1 ) |
| 模块 1.1 了解电子商务客户服务 .....      | ( 1 ) |
| 模块 1.2 电子商务客户服务工作流程及职能 ..... | ( 5 ) |
| 项目 2 电子商务客户分析 .....          | (12)  |
| 模块 2.1 电子商务客户信息收集与整理 .....   | (12)  |
| 模块 2.2 电子商务客户特征分析 .....      | (18)  |
| 项目 3 电子商务客户服务沟通工具 .....      | (27)  |
| 模块 3.1 了解即时通讯工具 .....        | (27)  |
| 模块 3.2 电子商务即时沟通工具的使用 .....   | (31)  |
| 项目 4 电子商务客户服务技巧 .....        | (44)  |
| 模块 4.1 电话接听技巧 .....          | (44)  |
| 模块 4.2 客户沟通技巧 .....          | (52)  |
| 项目 5 电子商务售前客户服务 .....        | (63)  |
| 模块 5.1 售前客户服务 .....          | (63)  |
| 模块 5.2 客户常见问题解答(FAQ)管理 ..... | (74)  |
| 项目 6 电子商务售中客户服务 .....        | (80)  |
| 模块 6.1 电子商务订单处理流程 .....      | (80)  |
| 模块 6.2 电子商务客户评价管理 .....      | (87)  |
| 项目 7 电子商务售后客户服务 .....        | (93)  |
| 模块 7.1 电子商务客户维护管理 .....      | (93)  |

|                                   |              |
|-----------------------------------|--------------|
| 模块 7.2    电子商务客户投诉处理 .....        | (102)        |
| <b>项目 8    电子商务客户服务工作规范 .....</b> | <b>(115)</b> |
| 模块 8.1    电子商务客户服务组织与岗位设置 .....   | (115)        |
| 模块 8.2    电子商务客户服务行为规范 .....      | (119)        |
| <b>参考文献 .....</b>                 | <b>(122)</b> |

# 项目 1 认识电子商务客户服务

## 【项目简介】

随着电子商务的快速发展,一个全新的职业——电子商务客户服务悄然兴起。作为全新职业,电子商务客户服务与传统客户服务模式有许多不同之处。本项目以任务驱动的方式引出电子商务客户服务的含义、特点、分类、职责范围等知识的讲授。通过本项目的学习,可对电子商务客户服务的服务职能及工作流程有一个大致了解,为学习后面的内容打下良好基础。

## 模块 1.1 了解电子商务客户服务

### 1.1.1 教学目标

**终极目标:**理解电子商务客户服务的含义、特点和要求。

**促成目标:**

- (1) 了解电子商务客户服务的含义和意义。
- (2) 了解电子商务客户服务人员应具备的素质和能力。

### 1.1.2 工作任务

**总体任务:**根据企业的性质和所在行业,准确判断所属电子商务客户服务类型及应具备的素质和能力。

**具体任务:**

- (1) 了解电子商务客户服务的特点。
- (2) 能够根据企业的性质和所在行业判断所属电子商务客户服务类型及应具备的素质和能力。

### 1.1.3 能力训练

#### 【活动一】

**活动名称:**了解电子商务客户服务的意义。

**活动目的：**通过讨论，认识电子商务客户服务的重要意义。

**活动内容：**案例分析。

用户来电反映前期购买的惠而浦热水器不出热水。售后承诺当天上门，后告知去不了，次日才能上门。打了售后电话多次无人接听，客户很着急，情绪很激动，并提出“当初购买的时候都是很热情，现在电器出问题了没人解决，一直在拖，何况现在是夏天，热水器坏掉怎么洗澡啊，明天上午不上门就把机器拖到门店砸了”。

**活动要求：**小组讨论，分析下列问题，归纳出若干要点。

- (1) 案例中出现的情形如果处理不好，可能会出现什么后果？
- (2) 如果你是惠而浦公司的客服人员，遇到案例中的情况，你会如何处理？
- (3) 谈谈要处理好上述案例中客户的投诉，客服人员要具备哪些素质和能力。

**活动分工：**3~5 人一组，确定活动主持人、记录人。

**活动场地：**电子商务实训室。

## 【活动二】

**活动名称：**电子商务客户服务与传统店面客户服务的比较。

**活动目的：**通过讨论，明确电子商务客户服务的特点。

**活动内容：**完成表 1-1 的内容。

表 1-1 电子商务客户服务与传统店面客户服务的比较

|      | 电子商务客户服务 | 传统店面客户服务 |
|------|----------|----------|
| 工作方式 |          |          |
| 工作对象 |          |          |
| 工作内容 |          |          |
| 工作环境 |          |          |
| 工作时间 |          |          |

**活动分工：**3~5 人一组，确定活动主持人、记录人。

**活动场地：**电子商务实训室。

### 1.1.4 相关知识

#### 1) 什么是电子商务客户服务

(1) 电子商务客户服务 电子商务客户服务(Network Customer Service)也称“网上客服”，是基于互联网上的一种客户服务，是指企业通过互联网为促进其产品或服务的销售，发生在客户与企业之间的网上交流活动。

电子商务客户服务人员是承载着客户投诉、订单业务受理(新增、补单、调换货、撤单等)，通过各种沟通渠道建立与客户的直接联系，参与客户调查、获取客户信息、满足客户

需求的一线业务受理人员。

(2) 电子商务客户服务分类 电子商务客户服务按服务的形式不同可以分为即时客服和电话客服。即时客服是指使用即时工具(如阿里旺旺、QQ)为客户提供即时服务的客服;电话客服按服务内容不同又分为销售型电话客服和事务型电话客服。

电子商务客户服务按业务职能可以分为售前客服和售后客服。售前客服主要负责产品推广、销售等服务,售后客服主要处理订单跟踪、产品质量、客户关系维护等业务。

## 2) 电子商务客户服务的重要作用和意义

电子商务客户服务是电商企业成功的关键,也是传统企业开拓网上市场的重要环节。电子商务客户服务在店铺推广、产品销售以及客户维护方面均起着极其重要的作用。

(1) 良好的电商客服可以塑造企业形象 网上市场是一个虚拟市场,对于客户而言缺乏真实感,只有通过与客户在网上的交流,才能更清晰地了解产品的特性、商家的服务。客服的一个笑脸(旺旺表情符号)或者一声亲切的问候,都能让客户真实地感觉到他不是在与冷冰冰的电脑和网络打交道,而是跟一个善解人意的人在沟通,这样会帮助客户放弃开始的戒备,从而在客户心目中逐步树立起企业的良好形象。

(2) 专业的电商客服可以提高成交率 在网上交易时,客户总会询问商家各种问题,即时客服能够随时回复客户的疑问,让客户及时了解需要的内容,从而促成交易。有的时候,客户仅仅是想确认一下商品是否与事实相符,这时有经验的客服就可能打消客户的很多顾虑,树立客户对交易的信心。对于一个犹豫不决的客户,一个有着专业知识和良好的销售技巧的客服,能够帮助买家选择合适的商品,促成客户的购买行为,从而提高成交率。

(3) 成功的客户服务可以提高客户回头率,增加回头客 当买家在客服的良好服务下完成交易后,买家不仅了解了卖家的服务态度,也对卖家的商品、物流等有了切身的体会。当买家需要再次购买同样商品的时候,就会倾向于选择他所熟悉和了解的卖家,从而增加客户再次购买的几率。

(4) 优秀的客服人员是企业满足客户需求的开始 如果把电子商务客户服务仅仅定位于和客户的网上交流,那么我们说这仅仅是服务客户的第一步。一个有着专业知识和良好沟通技巧的电商客服人员,应该能够给客户提供更多的购物建议、更完善的疑问解答、更快速的问题反馈,从而保证更好地服务于客户。只有更好地服务于客户,企业才能获得更多的机会。

## 3) 电子商务客户服务人员的素质要求

电子商务客户服务人员在企业里主要负责电子商务平台的商品订单处理及日常平台操作、解决客户的交易投诉和维护、提升平台的服务质量和用户满意度,同时能够及时准确地执行平台营销的各种工作。为此,要求电子商务客户服务人员应具备以下素质:

### (1) 良好的心理素质

① 承受负面情绪的能力:电子商务客户服务会遇到各种各样的买家,他们性格迥异,足以对电商客服的工作施加各种压力,但是面对各种顾客的要求甚至刁难就是电商客服

的工作内容之一,所以电商客服一定要具备承受挫折的能力。

② 自我情绪控制的能力:一定要记住,在客户服务的过程中,永远要把话说到顾客的心里去,不要让顾客把话说到自己的心里。每次服务完一个客户,就要马上抹掉对这个客户的印象,然后快速地把工作转移到下一个客户身上,要保证每一个客户都是新的开始,千万不要被客户的消极情绪给困住。

③ 保持积极进取的心态:每时每刻都能保持积极的心态,相信自己一定能让顾客满意地购买,并相信顾客收到产品以后也一定会满意。

④ 具有忍耐力和宽容度:要知道客服在工作的时候,难免会遇到一些情绪激动、言语过激的顾客,这个时候客服要学会忍耐和宽容,并能把自己的感受置之度外,这样才能赢得顾客的敬佩。

## (2) 优秀的岗位职业素养

① 热爱企业,热爱岗位:一名优秀的电子商务客户服务人员应该对其所从事的客户服务岗位充满热爱,忠诚于企业的事业,兢兢业业地做好每件事。

② 谦和的服务态度:电子商务客户服务人员一定要有一个谦和的态度,谦和的服务态度是赢得顾客服务满意度的重要保证。

③ 热情主动的服务态度:客户服务人员还应具备对客户热情主动的服务态度,让每位客户感受到你的服务,在接受你的同时来接受你的产品。

④ 为人真诚且具有责任感:客服在与顾客交谈时只有真诚地对待顾客,才能把顾客尽可能地锁定在自己的店铺内,让其购买产品。客服要敢于对自己说出的话负责,同时要记住不要轻易给顾客承诺,但是一旦承诺了就要想方设法为顾客办到,承诺的事情没有做到,对于店铺来说,影响可能会超出想象。

## (3) 较强的职业能力

① 拥有良好的亲和力及沟通协调能力。

② 较强的业务执行能力及谈判能力。

③ 熟悉网络平台推广、售前售后服务的电子商务流程。

④ 具备电子商务模式(B2B、B2C、C2C等)的实际操作能力。

⑤ 新客户开发能力。

⑥ 熟悉 Office 常用办公软件的使用。

⑦ 熟悉包括信息流网络、知识流网络、资金流网络、物流网络、契约网络等电子商务运作平台。

⑧ 精通包括企业资源计划(ERP)系统管理、供应链管理(SCM)、客户关系管理(CRM)等在内的电子商务管理。

## 【思考与练习】

(1) 什么是电子商务客户服务?试与传统客户服务比较,列出两者的异同。

(2) 作为电子商务客户服务人员应该具备哪些素质? 中高职学生应该如何培养自己的职业能力?

## 模块 1.2 电子商务客户服务工作流程及职能

### 1.2.1 教学目标

**终极目标:** 充分认识在业务流程基础上细化工作环节的作用,用流程标准规范各岗位的工作,从而保证优质、高效的服务。

**促成目标:**

- (1) 熟悉电子商务客户服务的工作流程。
- (2) 了解对电子商务客户服务人员的要求。

### 1.2.2 工作任务

**总体任务:** 准确说明电子商务客户服务部门的岗位设置以及相应的工作职责。

**具体任务:**

- (1) 说明电子商务客户服务部门的重要性。
- (2) 能够了解电子商务客户服务部门的岗位设置,并能阐述其工作职责。

### 1.2.3 能力训练

#### 【活动】

**活动名称:** 电子商务客户服务岗位设置。

**活动目的:** 通过讨论,明确电子商务客户服务的岗位设置和工作职责。

**活动内容:** 根据生活体验,回答下列问题:

- (1) 网店应该设置哪些电子商务客户服务岗位,为什么?
- (2) 不同的岗位应该承担哪些职责和任务?

**活动分工:** 3~5 人一组,确定活动主持人、记录人。

**活动场地:** 电子商务实训室。

### 1.2.4 相关知识

#### 1) 电子商务客户服务流程

电子商务客户服务人员的服务贯穿电子交易始终。从产生需求的售前服务到收集信息、比较判断、做出决定的售中服务直至收货评价的售后服务,电子商务客户服务人员需要解决客人的疑问(关于商品、快递、售后、价格、网站活动、支付方式等疑问),处理交

易中的纠纷、售后服务以及订单出现异常或者无货等情况,及时与客户进行沟通协调。电子商务客户服务按业务职能可以分为售前客服和售后客服,售后客服根据其服务的具体内容又可分为售中订单跟踪服务和售后投诉处理服务。售前客服流程如图 1-1 所示,售中订单跟踪客服流程如图 1-2 所示,售后投诉处理客服流程如图 1-3 所示。

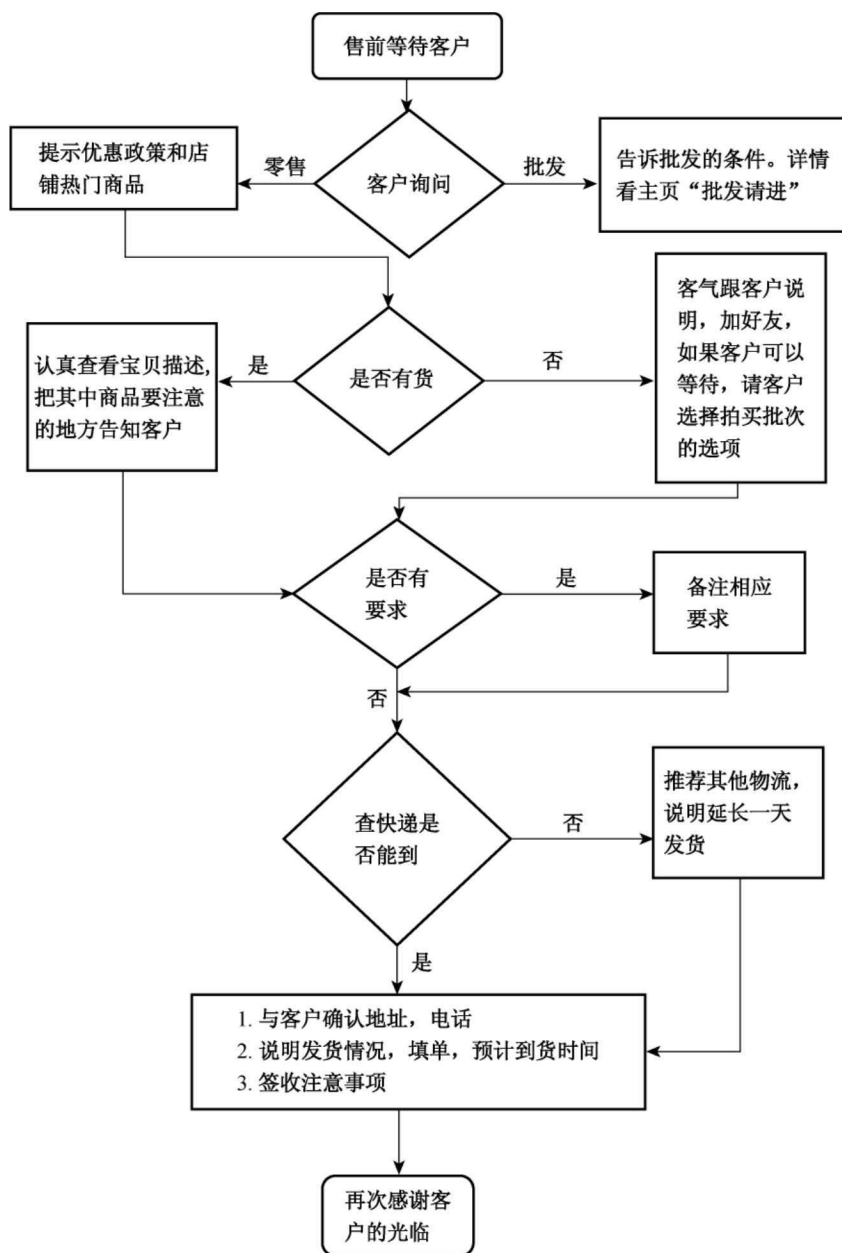


图 1-1 售前服务流程

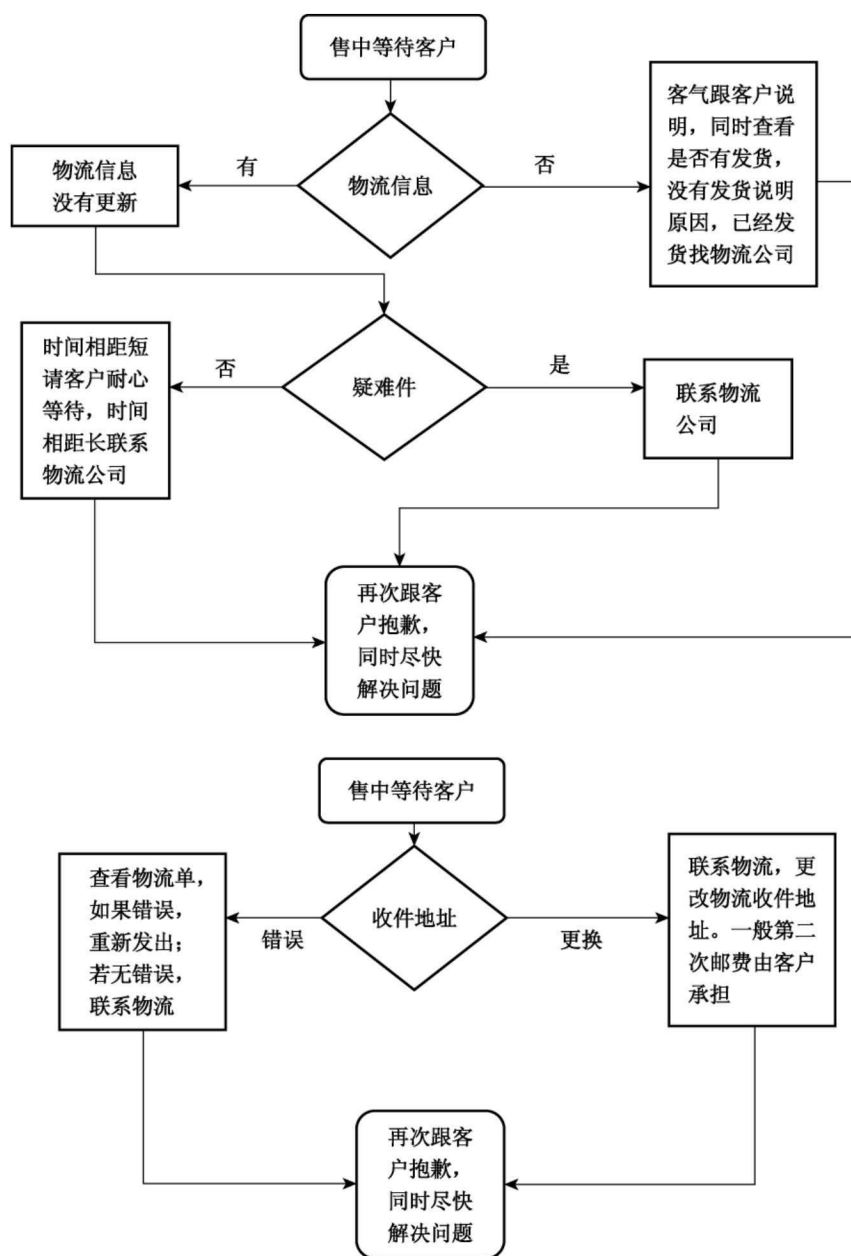


图 1-2 售中服务流程

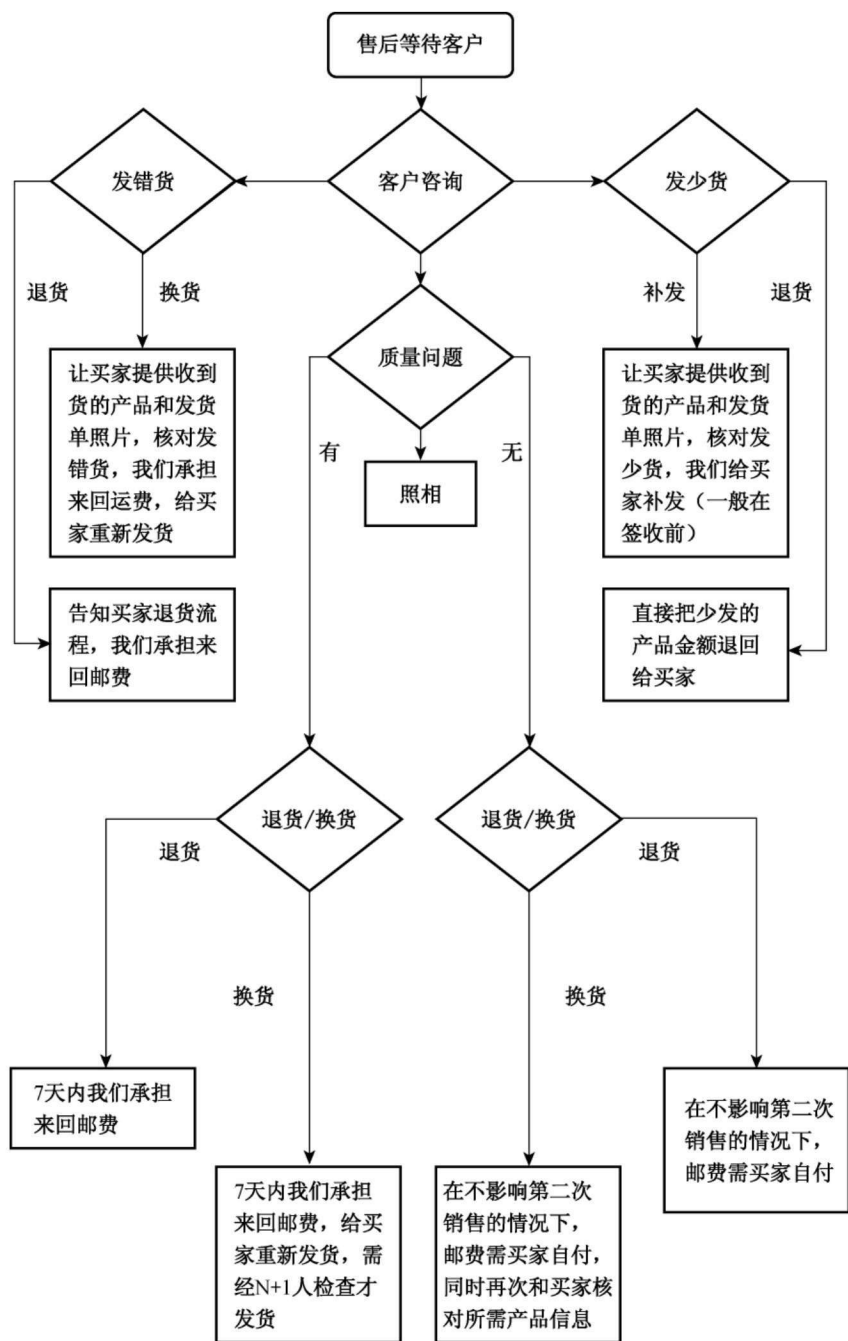


图 1-3 售后服务流程