

时代光华 培训书系
TIMES BRIGHT CHINA
TRAINING BOOKS

世界500强企业培训教程

客户至尊： 金牌服务技巧

著名职业培训师
客户服务训练专家

陈 巍 著

中国社会科学出版社

世界500强企业培训教程

客户至尊： 金牌服务技巧

著名职业培训师
客户服务训练专家

陈 巍 著

05
10
01

图书在版编目(CIP)数据

客户至尊：金牌服务技巧 / 陈巍著. —北京：
中国社会科学出版社，2003.7
(时代光华培训书系)
ISBN 7-5004-3932-6

I. 客...
II. 陈...
III. 商业服务—技术培训—教材
IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 041109 号

责任编辑 安晋军 陈 彪
责任校对 时 光
装帧设计 海 洋

出版发行 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720
电 话 010-84029453 传 真 010-64030272
网 址 <http://www.csspw.com.cn>
经 销 新华书店
印 刷 北京富生印刷厂
版 次 2003 年 7 月第 1 版 印 次 2003 年 7 月第 1 次印刷
开 本 787 × 1092 毫米 1/16
印 张 11.75
字 数 152 千字
定 价 25.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

时代光华管理课程
时代光华培训书系 **专家委员会**

主 任 成思危
副 主 任 唐铁汉 保育钧 潘承烈 温元凯 高建华
委 员 孙钱章 邵 逸 柴寿钢 张 德 朱立言
总 顾 问 袁宝华

时代光华培训书系编委会

主 编 孙卫珏 张春林
执行主编 文 钊 胡圣云
编 委 陈 彪 杨建斌 陈 红 牟津浦 王建敏
 谢 强 毕行之 李晏兵 高 杰 江 南
 陈 宇 于进松 马成威 郭 颖 谭志文

致读者

朋友，如果您是管理者或者是在职场有所作为的人士，如果您是人力资源经理或者是培训经理，我们很高兴能与您交流，感谢您对本书的关注。

我们正置身于一个急剧变革的时代，面对激烈的职场竞争与市场竞争，管理者个人及其组织要想生存、发展，进而求得事业的成功，必须建立持久的竞争优势。

而管理者个人及其组织唯一持久的竞争优势便是比竞争对手学习得更快的能力。因而，在新世纪，在知识经济的新时代，管理者个人及其组织所面临的主要问题便是学习问题。

鉴于目前国内充斥于市的经管类书籍良莠不齐，优劣难辨，而现场培训课程受时间、地点等诸多限制且费用高昂，为解决管理者及其组织学习培训的难题，时代光华公司作为教育培训服务的专业提供商，在与中华全国工商业联合会、中国企业联合会等战略合作机构联合推出“时代光华管理课程”系列多媒体产品的同时，隆重推出“时代光华培训书系”，为广大企业客户和个人读者提供更多的选择与优质、便利的服务。

“时代光华培训书系”立足中国发展现状与管理实践，整合国内外优质培训学习资源，专为中国管理者个人发展提升和企业组织培训量身订制。该书系具有以下大特色：

一、高效实用的培训内容：一般经管类图书侧重理论知识，本书系则紧扣管理实务，注重实战技能的传授与演练，强调互动与实践，让读者边学边练，即学即用，步步提升，收益显著。

二、轻松愉快的阅读体验：不同于一般经管类图书的繁复论述，本书系力求语言简明通俗，内容设计尽可能做到互动化、人性化：传授知识与技能强调要点化、步骤化、图表化，间以精彩的案例分析、生动的小故事与小漫画，版式疏朗有致，让您感到学习不再是被动的劳役，而成为主动参与、乐在其中的享受。

三、海内外一流的培训专家，超强的作者阵容：本书系编著者或主讲老师均为来自世界著名跨国公司的高层经理、培训经理及知名管理专家，价值上千元的培训课程之精彩内容尽都囊入一册书中，花费不多却可分享世界500强企业的管理培训精华。

四、系统全面的管理培训教材体系：本书系内容涵盖企业管理的各个层级与不同的专业领域，具有相对规范、成熟的编写体例，立志于为我国职业经理培训认证及员工职业化培训提供切实可行、行之有效的教材。

时代光华培训书系作为职业发展培训教材具有与一般图书不同的特点，为了使您对本书系的学习获得实实在在的收益，使您的学习效果最大化，建议您采取如下方法进行学习：

一、结合实际，有针对性地学习：为了便于您结合自身状况以及您所在组织的现状，有针对性地、有重点地学习，我们在每本书前均设计了相关的测试题，用以检测评估您在本书所涉及的相关领域的现状，进而从中发现您或您的组织学习、发展的领域，并进一步有针对性地确定您的学习重点。因此我们建议您在正式学习本书前先认真做相关测试题，并分析评估您的现状，再结合学习目标与每章重点，有针对性地进行学习。

二、高度重视互动练习：我们借鉴国际知名管理培训教材的做法，在每本书中均安排了大量的互动练习，其目的是为了不断实现目标知识点、技能点与您或您所在组织的现状作对照，从中找到差距，进而通过学习、通过制订改善提高的行动计划，缩小差距，最终消除差距，实现组织行为的完善与个人素质技能的提高。

因此，我们希望您尽量按书中提示，认真做相关的互动练习，使您在单位学习时间内取得尽可能大的学习效果。

三、把每本书当作您的行动手册：知道不如做到。我们根据书中传授的知识与技能要点并结合管理工作的实际需要，在每本书中设计了一系列学以致用用的工具表单，我们期望借此能有效地促使您将您的所知简便地转换成您的行动，从而在短期内取得量化的、可见的改变。

我们建议您认真填写这些实用的管理工具表单并付诸行动，我们期望您由此发现卓越的管理可以经由学习训练而达成，由此体验到管理培训的价值和我们的培训书系对您的价值。

四、把每本书当作备忘录：我们希望您的学习是结合工作实际的，不间断的。当您在现实工作中遇到了某些问题需要处理，但对如何处理没有把握时，请把本书系的相关教材当作您的备忘录，查阅相关知识点、技能点，进而寻求工作指南。

最后需要说明的是，由于各种因素的限制，本书系的编撰一定还存在不少缺陷与不足。如果您有建议与批评，请及时与我们联系，感谢您帮助我们改进与提高。如果您觉得有所收获，请转告您的朋友和同事，与大家一起分享。

知识改变命运，学习成就未来。愿时代光华培训书系伴随您一路走向成功，走向辉煌！

时代光华培训书系编委会

2003年6月

前 言

■ 谨以本书献给工作在企业一线的客户服务人员、销售人员、客户服务经理及企业内部客户服务人员！

服务！服务！服务！

每当打开报纸、电视或收听广播时，都会发现一种信息：请在这里消费，因为这里的客户服务尽善尽美。

企业无论大小，产品或服务无论简单或复杂，客户服务都已经成为企业参与竞争的法宝。

经济学家认为，我们生活在服务经济时代，每个人都在享受他人的服务，同时也为他人提供服务。有了享受服务的经历，我们的客户对优质服务的要求也将越来越高。

随着时代的进步和社会的发展，“客户至尊，金牌服务”将越来越成为商家乃至我们整个社会的要求和口号。

- ◇ 客户服务是一种无形产品，如何通过优质服务使无形产品有形化？
- ◇ 金牌客户服务是怎样一种服务表现？
- ◇ 在令客户满意的前提下，如何有效地管理客户的期望值？
- ◇ 面对激烈的客户投诉，怎样最大限度地获取客户的满意与谅解？
- ◇ 怎样迎接超负荷的服务工作挑战？
- ◇ 是否有一种实战高效的服务技巧指导我们的服务行为？



这些都是摆在所有企业管理者和一线员工面前的困难与挑战，如果你是一位优秀的客户服务经理，本书将成为你指导一线员工实战工作的训练手册，如果你是一位工作在一线的服务代表，本书将为你提供一套实战性非常强的服务技巧，在日常工作中，在你为客户提供服务的过程中，帮助你随时赢得客户的满意！

本书的作者陈巍先生有着丰富的客户服务管理经验，作为国内多家著名咨询培训机构的首席顾问，曾经为包括中国移动、联想集团、TCL、新华人寿、南方航空、中国工商银行、一汽集团在内的众多大型企业提供过成功的客户服务管理方面的咨询培训服务，对通信业、IT业、金融业、制造业、房地产业、航空业等服务产业有深入的了解，曾经培训过各行业的 service 管理者及一线服务代表近万人。

通过对各行业近万名客户服务人员和这些行业的客户进行细致深入的调查研究，作者发现，作为一名优秀的客户服务代表，仅有良好的服务意识和热情的服务态度是远远不够的！因为事实上，在服务工作中，许多客户的服务要求是不能被满足的，优秀的服务代表必须具备超强的问题解决能力，才有可能最大限度地满足客户的期望，这是比服务的态度和意识更为重要的技巧，也正是本书与其他客户服务方面的书籍最大的不同。

本书浓缩了陈巍先生多年来对客户服务工作深刻理解，他从众多优秀客户服务代表的工作表现中总结出的这一整套高效的客户服务技巧，必将对所有工作在服务一线的服务代表产生最大的实际帮助！

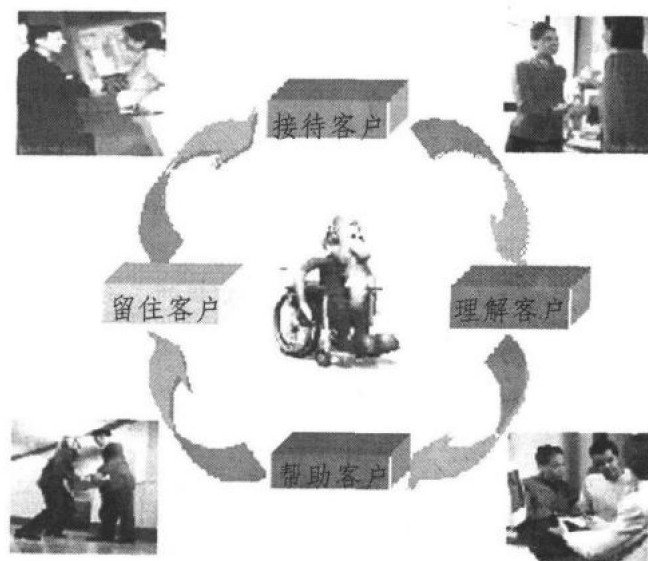
■ 本书特色

◇ 核心的思想：理解客户的观点

本书的中心思想是理解客户对服务的观点以保持一种以客户为

中心的态度，从而养成时刻站在客户的立场上思考问题的习惯。因为只有当你真正理解了客户对于服务的看法和期望，你才有可能满足客户的要求，提供令其满意的服务。

◇ 本书的主线：客户服务循环图



客户服务循环图

客户服务工作对于服务代表而言，是与客户进行服务接触的过程。我们把这个过程定义为有着四个阶段的服务循环。这个服务循环图是贯穿本书的主线，所有服务技巧的应用，都紧密围绕着这个循环图展开……

对于客户服务工作而言，大多数的客户服务工作都是从接待客户开始，不管接待方式如何，都存在一个接触客户的过程。我们把这个客户服务过程分为四个阶段：接待客户——理解客户——帮助客户——留住客户。

客户对于服务的第一感受源于怎样被接待。接待了客户以后，你



就要试图理解他，尽可能理解客户的每一个需求，而且要尽己所能地去满足客户的需求，也就是有效地帮助客户。当你结束服务的时候，作为一名服务人员应该懂得如何结束一次服务接触过程，给客户留下良好的印象，并且能够通过一定的结束服务的技巧拉近与客户之间的关系，建立良好的客户关系，最终留住客户。

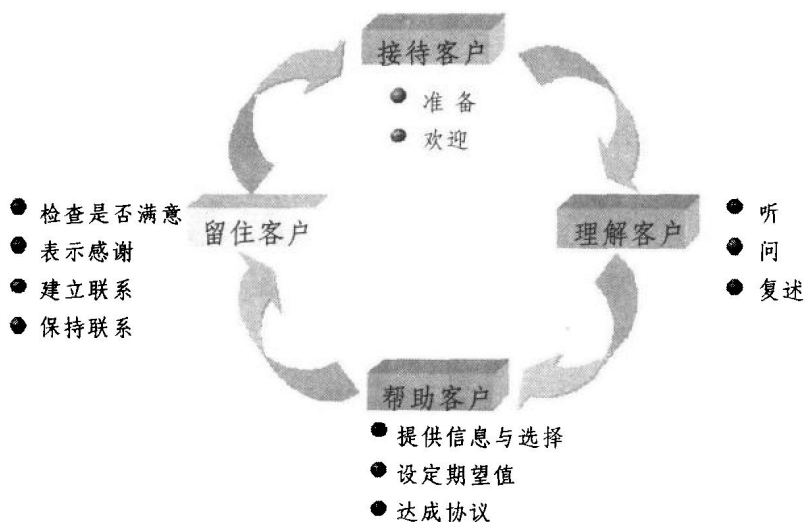
能够持续不断地为客户服务，就达到了客户服务良性循环的目的。企业与客户之间的这种桥梁很大程度上是在服务人员结束服务的时候建立起来的。

◇ 核心的内容：金牌服务技巧

在本书中，我们要学习一些实战性非常强的、有效的服务技巧来为我们的客户提供更好的服务，我们还需要了解客户对于服务有着怎样的观点和认知，他的期望值是什么，即他渴望得到的服务是什么样的。通过了解客户的观点和想法，学会站在客户的立场上，站在客户的角度思考问题，为客户提供有效的服务。

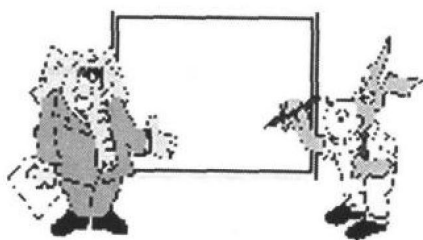
在服务中，客户与服务人员接触的过程是非常重要的，因为多数情况下，客户觉得服务人员或提供服务的企业对他的服务是好还是不够好，这种服务的感知实际上是源于客户与服务代表接触的整个过程之中的。而在这个过程中，服务代表通过自己的工作和努力去满足客户的期望值，为之提供他想得到的服务。

什么样的服务表现可以称之为金牌服务表现？如何令客户感受到我们的服务热情？如何迅速准确地了解客户的需求？如何有效地管理客户的期望值？如何与客户建立良好的客户关系？怎样才能系统地掌握金牌服务技巧？本书将围绕着客户服务循环图这个主线，将每个服务阶段应该运用的服务技巧提炼出来，使复杂的服务技巧简单化，以便读者能够迅速掌握。



客户服务技巧循环图

◇ 丰富的实战案例分析



在本书的主线客户服务循环图的每一个阶段中，都精心设计了对客户的采访记录，透过客户对服务的看法，了解客户对于被接待、被理解、被帮助和被留住

的观点，有助于我们更好地为客户提供服务。

另外，在客户服务技巧循环图的每一个阶段中，都精心设计了作者从各行业中调研总结出的实战案例，包括好的服务案例和差的服务案例，通过对案例的详细分析，帮助读者加深对金牌服务技巧的认识和掌握。

对技巧的很好理解和掌握，可以有效地指导服务代表在实际工

0A764/c15



作中进行应用。

◇ 服务的挑战——投诉的处理技巧

客户投诉是服务代表面临的最大的挑战，能否有效地处理客户的投诉是衡量一名金牌服务代表是否具备超前解决问题能力的标准，本书的最后一章将探讨如何有效地利用客户服务循环图中的金牌客户服务技巧应对服务挑战！同时通过对各种投诉案例的分析，学习处理不同等级客户投诉的技巧。



服务潜能自我测试



优质客户服务与劣质服务的差别在于感受、诚意、态度和人际关系技巧的不同，而这一切都是可以学习的。但是——

你具备成为一名优秀的客户服务代表的基本素质和条件吗？

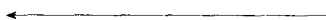
请你通过客户服务代表的服务潜能测试看一看自己的服务素质如何。

客户服务人员的服务潜能测试

我完全能够控制自己的情绪	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	我很难控制自己的情绪
我能高兴地面对对我冷漠的人	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	如果别人对我不好，我当然不高兴
我喜欢大多数人并乐意与别人相处	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	我很难与别人相处
我乐意为别人服务	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	每个人都应该自力更生
即使我没错，我也不介意表示道歉	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	我没有错，就不应该道歉
我对自己善于与别人沟通感到自豪	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	我情愿以书面形式与别人交往

我善于记住别人的名字和面孔，并在与客户初次见面时努力提高这种本领

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1



如果不会再见到某个人为什么要用心去记住他的名字和面孔呢？

我的微笑是自然流露的

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1



不苟言笑是我的性格

我喜欢看到别人因为我而心情愉快

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1



我没有取悦他人的天性，特别是那些我不认识的人

我常保持清洁，并喜欢装扮和修饰自己

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1



我不喜欢“描眉画眼”而喜欢随随便便

如果你的自我评分在 80 分以上，那么你非常适合从事客户服务工作并且会有出色的表现；

如果你的自我评分在 50—80 分之间，那么你需要进一步学习人际关系沟通技巧；

如果你的自我评分在 50 分以下，那么客户服务工作对与你来说也许不是一种好的职业选择。

事实上，不论你的得分是多少，通过对本书的学习，你或者你的企业的客户服务水平都将与学习前大不一样。按照本书所讲内容去练习、实践，平庸者也将走向成功，成功者则会更为卓越，成为百里挑一的金牌服务代表！

目 录

第 1 章	金牌服务的理念	1
	服务工作面临的挑战	3
	什么是金牌客户服务	10
	如何有效应对服务挑战	15
第 2 章	金牌服务的员工	19
	服务代表的职业化塑造	20
	标准的职业形象	20
	标准的服务用语	22
	专业的服务技巧	25
	标准的礼仪形态	25
	服务代表的品格素质	26
第 3 章	理解客户的观点	31
	带来温馨和恶劣服务印象的原因	32
	优质的服务是穿客户的鞋子	36



客户对服务的观点	38
有形度	39
同理度	40
专业度	41
反应度	41
信赖度	42

第4章 了解客户的期望 45

客户的期望值	46
过去的经历	47
口碑的传递	48
个人的需求	49
客户的满意度	51
客户服务循环图	55

第5章 接待客户的技巧 59

接待客户的循环图	60
接待客户的准备	62
客户的三种需求	62
如何预测客户需求	65
要有敏锐的洞察力	67
欢迎你的客户	68

第6章 倾听客户的技巧 73

理解客户的三大技巧	74
倾听的技巧	75

提升倾听能力的技巧	78
第 7 章 理解客户的技巧	85
不能只是倾听	86
提问的技巧	88
复述的技巧	92
第 8 章 管理客户的期望值	99
帮助客户循环图	100
提供信息与选择	101
了解客户期望值	107
不合理的期望值	107
期望值的排序	109
第 9 章 满足客户期望的技巧	113
设定客户期望值	114
设定期望值的目的	114
降低期望值的方法	115
达成协议	120
第 10 章 客户关系的建立	125
怎样结束服务	127
留住客户的步骤	127
第 11 章 投诉带来的挑战	135
有效处理客户投诉的意义	137