

451

剑桥秘书证书考试指定教材
CAMBRIDGE SECRETARIAL AWARDS

7-070-02
G9411
(学生用书)

客户服务

CUSTOMER
SERVICE

郭春燕 曹 霞 编著

教育部考试中心
中英教育测量学术交流中心

组编

 中国人民大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

客户服务:学生用书/郭春燕,曹霞编著.

北京:中国人民大学出版社,2002

剑桥秘书证书考试指定教材

ISBN 7-300-03803-4/G·800

I. 客…

II. ①郭… ②曹…

III. 企业管理:销售管理-商业服务-秘书-资格考核-教材

IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 036563 号

剑桥秘书证书考试指定教材

客户服务

(学生用书)

教育部考试中心
中英教育测量学术交流中心 组编

郭春燕 曹霞 编著

出版发行:中国人民大学出版社

(北京中关村大街 31 号 邮编 100080)

邮购部:62515351 门市部:62514148

总编室:62511242 出版部:62511239

E-mail: rendafx@public3.bta.net.cn

经 销:新华书店

印 刷:北京东方圣雅印刷有限公司

开本:787×965 毫米 1/16 印张:22 插页 1

2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月第 1 次印刷

字数:385 000

定价:33.00 元

(图书出现印装问题,本社负责调换)

剑桥秘书证书考试专家委员会

主任委员	赵亮宏	教育部考试中心主任
	范立荣	国家职业资格鉴定专家委员会秘书委员会 副主任
		中国高教秘书学会副会长
副主任委员	傅西路	《秘书工作》原主编
	陈禹	中国人民大学信息学院网络中心主任 博士生导师
委员	郭玉辉	北京燕山石油化工公司高级经济师
	孙伦振	中共北京市委办公厅原副主任
	姚振生	北京工商大学新闻系教授
	王秀村	北京理工大学管理与经济学院教授
	胡鸿杰	中国人民大学档案学院副教授
	侯玉珍	北京师范大学中文系副教授
	刘林	北京海淀走读大学副校长 中国高教秘书学会副会长
秘书长	潘阳	教育部考试中心中英教育测量学术交流中 心执行主任

剑桥秘书证书考试教材编审委员会

(以姓氏笔画为序)

主任委员	范立荣	赵亮宏			
副主任委员	王建军	王 霁	王秀村	陈 禹	
	潘 阳				
委 员	马琼娜	王 蕾	王秀卿	刘 林	
	李耀东	李丽虹	张玲莉	张大成	
	周蔚华	胡鸿杰	徐晓梅	韩 雁	
	檀文茹				

中方序言

为了适应我国改革开放、经济建设的需要，为了适应我国广大工商企业、事业单位发展的需要，中国教育部考试中心和英国剑桥大学考试委员会联合在中国推出“剑桥秘书证书”考试，培养操作能力强并具有相关理论知识的秘书人才。这必将受到我国广大秘书工作者、秘书爱好者、秘书研究与教育工作者及各行各业秘书人才需求单位的欢迎；也必将受到大中专院校、高等职业院校的学员，特别是秘书专业学员的重视。这一国际权威性的“剑桥秘书证书”，不仅标志着持证者具有一定的秘书理论知识和操作能力，而且还是颇受赏识的就业通行证和上岗资格证。

经过上百年的发展，英国不但拥有多所世界一流的大学，如剑桥大学、牛津大学、伦敦大学等，也拥有一批信誉卓著的职业资格认证机构，像剑桥大学考试委员会（UCLES）、商务与技术教育委员会（BTEC）等。剑桥大学考试委员会崇尚提高职业资格证书的地位使之与学历文凭并重，促进就业前培训和发展继续教育，注重实际应用技能的培养和考核。

在我国，“剑桥秘书证书”考试是由英国剑桥大学考试委员会和中国教育部考试中心中英教育测量学术交流中心（SBC）共同设计，双方按照统一标准、统一教材、统一命题、统一考务管理和统一证书管理的质量控制原则，组织培训、考核，为用人单位提供一个国际化的，客观、统一、规范的用人标准。

“剑桥秘书证书”培训、考核课程设置紧密结合工作实践。其核心课程是：文字处理、沟通和项目管理、办公室管理，选修课程是：速记、客户服务、组织会议和活动、人际商务技巧、信息与沟通技术。为确保“剑桥秘书证书”的

质量和信誉，指定教材均为有理论水平和实践经验的专家、教授编写。在编写过程中严格遵照考核大纲，坚持理论联系实际的原则，结合中国的国情及在我国各类组织中的实践经验，使教材内容完整统一，具有一定的理论性、科学性和实用性的特点。教材语言通俗易懂，较好地体现了“无师自通”的自学要求。

这套秘书教材，不仅适用于“剑桥秘书证书”的培训与考核，也非常适合作为大中专院校、高等职业院校等秘书专业的教材使用。可以说它开创了我国具有双证制秘书教材的先河。

我对这套富有新意、实用性较强的秘书教材的组织者、编写者、学习者怀有诚挚的敬意和深深的谢意。

范主荣

2001年7月于北京

英方序言

随着世界范围内在办公室环境中新科技和新工具运用的不断增长,通过培训和考试来获得相关的办公室工作技能和知识也变得日渐重要。英国剑桥大学考试委员会国际考试部(简称 CIE)与中国教育部考试中心中英教育测量学术交流中心(简称 SBC)密切合作,共同推出了剑桥学业证书系列考试中秘书专业的中文版证书考试。目前,剑桥学业证书系列考试已经推广到全世界 90 多个国家和地区。

剑桥秘书证书考试注重秘书不断变化的职能和实际工作环境所要求的各种技能。信息技术的使用和高效的沟通实践已成为现代办公环境中不可或缺的一部分。剑桥秘书证书考试涵盖了众多领域的知识,包括信息技术与办公软件的使用、客户服务、组织技能和时间管理等。

剑桥很自豪能够和中国这样一个享有盛誉的权威机构合作。CIE 和 SBC 都认为非常有必要在中国推出一套规范和高质量的培训及评估系统,以满足不同机构中秘书和办公室管理人员的工作需要。

这套秘书证书考试系列教材的使用,将使教学效果大为改观,学生也会从这些高质量的教材中受益匪浅。该教材也是 CIE 和 SBC 致力于为学习者提供正面教育经历的又一证明。

最后,我祝愿所有的教师和学生教学和学习成功。我也希望秘书证书的学习能够为他们个人的事业发展做出重要的贡献。

剑桥大学考试委员会总裁

迈克尔·霍斯特德

Michael Herold

前言

本书是剑桥秘书证书考试选修课程“客户服务”的教材。在本书的编写过程中，我们参阅了大量的国内外相关教材，结合中国的实际情况并结合自己的教学实践，力图能够对国内传统教材有所突破，不做过多纯理论的叙述，强调培养技能，使学生能够在轻松愉快的环境中接受培训。至于效果如何，还要在实践中检验。

在体例上，本书完全遵照了剑桥秘书证书考试大纲的顺序，根据大纲要求学生所能达到的能力标准而编写，涵盖了大纲中的所有要点。考虑到剑桥秘书证书是一种等级考试，每一等级的要求有所差别，所以根据内容的难易程度，我们将此书分为三级。一级是一些预备知识，是客户服务领域的一些常规工作和技能；二级要求学生掌握客户服务的一些基本原则、具备一些基本能力，同时为将来进一步的学习奠定基础。三级是从事初、中级客户服务管理的人员所要学习的，他们可以在各种环境中从事复杂的、非例行性的客户服务工作。在学习高一级的内容时，读者可参阅低一级的相关内容。

本书各章的执笔为：一级第1章、第3章一二节、第4章；二级第1章、第2章、第3章、第5章；三级第1章、第2章、第3章一二节、第5章由郭春燕执笔。一级第2章、第3章第三节；二级第4章；三级第3章第三节、第4章由曹霞执笔。全书由郭春燕统改定稿。

在本书的写作过程中，北京机械工业学院社科系的领导及同仁们给了我们很大的支持，许多朋友在百忙之中帮我们翻译了大量的国外参考资料，这对我们是一个很大的鼓舞。

在本书的出版过程中，得到了中国人民大学出版社李丽虹编辑的大力支持

和帮助，正是在她的努力和督促下，本书才得以尽快出版，在此向她表示感谢。

由于时间仓促和水平所限，疏漏不当之处敬请读者批评指正，以便再版时修订。

郭春燕

2002年4月

目 录

一 级

第 1 章 了解客户服务的基本要素.....	3
1.1 识别客户	3
1.2 了解客户需要什么.....	12
1.3 了解个人如何提供服务.....	18
第 2 章 展示如何与客户沟通	28
2.1 了解问候客户的方法.....	28
2.2 发现客户的需求.....	38
2.3 应付难以对付的客户.....	58
第 3 章 了解机构怎样运用程序帮助客户	65
3.1 帮助客户选择.....	65
3.2 了解服务提供程序.....	71
3.3 处理问题.....	86
第 4 章 完成作业，认识如何为客户提供优质的服务	93
4.1 说明需要认识到哪些方面.....	94
4.2 观察当地客户服务的实现情况.....	97
4.3 报告观察结果	100

二 级

第1章 了解组织内客户服务的角色	105
1.1 对有效的客户服务进行定义	105
1.2 认识到在不同的组织内客户服务如何运作	117
1.3 确定客户的类型	122
第2章 了解和描述向客户提供服务的可靠性	133
2.1 认识和了解可靠的服务体系	133
2.2 了解在提供服务时个人可靠度的重要性	144
2.3 与他人合作培养可靠的客户服务	148
第3章 有效地与客户进行沟通	154
3.1 认识与不同客户沟通的不同形式	154
3.2 有效地对客户的需求和感受进行回应	170
3.3 在客户面前保持积极的自我形象	177
第4章 发现并解决客户的问题	183
4.1 确认客户问题的类型	183
4.2 收集客户问题的信息	187
4.3 找到并向客户提供解决方案	192
第5章 设计并实施有关客户服务的调查	200
5.1 选择当地服务提供商并展开客户调查	200
5.2 写一份结果报告并提供解决方案	205

三 级

第1章 客户服务的内容及其在不同文化中的运用	213
1.1 了解客户服务的各个方面	213
1.2 认识客户和组织文化	224
1.3 认识客户服务中的地区和国家文化	234
第2章 了解可靠系统在提供有效客户服务中的作用	243
2.1 了解和应用组织服务程序和系统	243
2.2 与他人合作以提供可靠的客户服务	255
2.3 展示提供客户服务时个人的可靠性	260

2.4 确认系统出错时如何处理	264
第 3 章 展示并应用与客户有效沟通的理解	270
3.1 认识与不同客户沟通的不同方式	270
3.2 有效回应客户的需要和感情	288
3.3 了解和应用在组织和客户之间有效的信息沟通技巧	297
第 4 章 确认客户的问题，提出解决方法	303
4.1 确认并解释客户问题	303
4.2 了解并提出使客户满意的解决方案	312
4.3 确认如何防止问题再度发生	321
第 5 章 在特定组织内对客户服务的提供进行调查并得出结论	326
5.1 从服务组织或组织的一个部门中收集客户反馈	326
5.2 分析有关服务程序和个人行为的数据	330
5.3 就本组织在满足客户期望方面的表现写一篇报告	334

— 级

第 1 章

了解客户服务的基本要素

本章向你介绍客户服务的基本要素，通过本章的学习，你可以：

- ◇ 识别客户。
- ◇ 了解客户需要什么。
- ◇ 了解个人如何提供服务。



1.1

识别客户

本节提要

- ◇ 客户可以是外部的，也可以是内部的。
- ◇ 客户是由任何接受服务或可能接受服务的人组成的。

客户是由任何接受服务或可能接受服务的人组成的。正确地识别客户，是进行客户服务的第一步。客户可以来自企业外部，也可以来自企业内部，只要有服务与被服务关系的存在，就有客户关系的存在。

1.1.1 什么是“客户”

提起“客户”，大多数人都不會陌生，乘客是航空公司的客户，消费者是商场的客户，生产设备制造企业的客户是使用这些设备的企业，这一概念我们是非常熟悉的。实际上，这只是“客户”概念的一个方面，即外部客户，客户可以是外部的，也可以是内部的。

你公司的客户指的是你公司所有的服务对象，包括公司的所有者、股东、雇员、顾客、合资公司的合作者、社区的居民、政府官员甚至供应商。不论他们在哪儿，无论他们是谁，客户永远是你公司的重要人物。



作为一个著名的计算机生产企业，IBM 公司有好多个部门。当部门 1 为部门 2 提供服务时，他们要求部门 2 支付相关的费用及开销，这样，部门 2 就成为部门 1 的客户。部门 2 确实是客户，部门 1 确实为他们提供了某种形式的服务。另外，部门 2 有权力在内部相关部门和外部咨询公司之间选择适合自己的服务，竞争存在于公司内外。

1.1.2 外部客户与内部客户

一个公司的客户可以按照不同的标准进行分类。从客户的来源而言，客户可以分为外部客户与内部客户，这是最常用的分类方法之一。

● 外部客户

大体上讲，凡是不属于公司内部人员的客户都可以称为外部客户。外部客户有亲自前来公司拜访的，有邮购的，有通过付定金进行交易的。当然，他们可以是个人行为，也可能是集团购买。

◇ 来拜访的人。有些公司（尤其是从事销售行业的公司）几乎每天都会碰到这类客户。亲自前来公司拜访的客户无疑是抱着极大的希望而来的，他们或者是已经想好要接受你公司的产品或服务，或者是犹豫不决前来探听消息。大多数来拜访的人是专门来购买某种商品或服务的，要着重为其介绍该种产