

没有 做不好的客服



一本走向钻石级客服的必备宝典

单戈◎著



如何与客户打交道？

如何正确处理客户的投诉和抱怨？

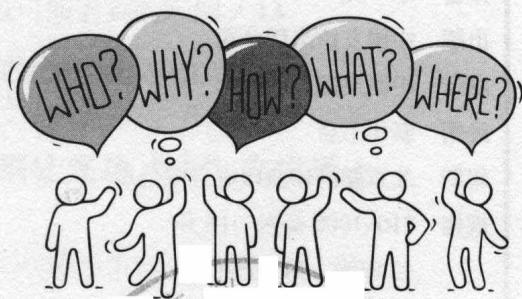
如何提高客户的满意度和忠诚度？

一本书解答客服的所有疑虑，成就钻石级客服！

没有 做不好的客服

一本走向钻石级客服的必备宝典

单戈◎著



中国友谊出版公司

图书在版编目 (C I P) 数据

没有做不好的客服 / 单戈著. -- 北京: 中国友谊
出版公司, 2017.10

ISBN 978-7-5057-4139-3

I. ①没… II. ①单… III. ①企业管理—销售服务
IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 196407 号

书名 没有做不好的客服
作者 单戈
出版 中国友谊出版公司
发行 中国友谊出版公司
经销 新华书店
印刷 北京鹏润伟业印刷有限公司
规格 710×1000 毫米 16 开
13 印张 147 千字
版次 2017 年 10 月第 1 版
印次 2017 年 10 月第 1 次印刷
书号 ISBN 978-7-5057-4139-2
定价 42.00 元
地址 北京市朝阳区西坝河南里 17 号楼
邮编 100028
电话 (010)64668676

前言 你为什么挣得比别人少？

“用工荒”在近几年的媒体中频繁出现。在用人方面，一边是企业招不到合适的人才，一边是求职者找不到合适的工作。

特别是在服务行业。为什么同是客服人员，你挣得却比别人少？

有一点不容忽视：你不具备胜任工作的能力！另外，一些掌握了一定服务技能的人，缺乏一些职业基本常识和职场礼仪。

客服工作分为线上客服和线下客服两类。线上客服当下非常常见，比如网店的客服人员。而线下客服就是传统意义的客服人员。

以线下客服来说，顾客体验就是顾客对产品或服务的心理感受。例如，人们去星巴克喝咖啡所感受到的休闲、享受以及小资情调；青少年穿耐克鞋的酷炫感受；人们使用宜家家具享受到的简约而不失时尚的生活方式。可见，顾客获得的不仅仅是具有实际功能的产品，更是一种感觉，一种情绪上、智力上，甚至精神上的体验。

线下优质的服务主要体现在以下几个方面：

第一，微笑、问候、礼貌。每一位顾客在光顾时，都希望见到客服人员亲切的微笑，热情、真诚的问候，彬彬有礼的举止。这是客服人员留给顾客的第一印象，也是顾客得到尊重的第一感受和情感需求。

第二，高效、规范、准确。无论是前台登记入住，还是餐厅用餐、客房服务，过久地让顾客等待，都会使企业的服务大打折扣，甚至招致顾客投诉。99%的顾客都希望入住的企业提供快捷、规范、精确的服务。

第三，尊敬、关心、体贴。日本的服务业把对顾客的尊敬、关爱、体贴放在了首位，并贯穿于整个服务之中。见到顾客时，亲切的问候、甜美的微笑、90度的鞠躬、礼让服务等，处处体现出把顾客当成上帝的服务理念。尊重、关心、体贴是企业留住老顾客，吸引新顾客，与顾客建立朋友、亲人般关系的基础，是服务行业经营管理的生命。

第四，诚实、守信、忠诚。客服人员不但要尊重、关心顾客，还要忠诚于企业，忠诚于自己从事的服务事业。更要忠诚于顾客，要诚实可靠，守时履约，诚信待客。

我们常说“顾客就是上帝”，而服务是企业的灵魂。服务水平的高低，直接影响着企业的经济效益和社会效益。所以，对于一个企业来说，训练一支高素质的服务团队至关重要。一流的服务来自一流的员工。在这个以服务缔造竞争优势的时代，作为服务载体的客服人员，不仅体现了自身的素质，更代表了企业的形象。

特别值得一提的是，随着互联网技术的发展，淘宝、天猫、京东等购物平台的出现，网上销售已经成为厂商竞争的重要阵地。于是一个新的工作岗位——网络客服，对企业来说，显得尤为重要。

网店客服是顾客网购的过程中，客服人员利用各种通信工具，通过网上即时通信工具，如淘宝网的旺旺，为顾客提供的一种服务。网络客服对网络有很强的依赖性。在这个服务工作中，一般包括顾客答疑、促成订

单、店铺推广、顾客下单、收获服务等内容。

网店客服人员如何为顾客提供服务呢？

通常来说，一些规模较小的店铺，通常一人身兼数职，对于客服并没有细分。但是对于规模较大的店铺，往往对客服工作有较细的分工。通常的网络客服有以下分工：

第一，通过旺旺、电话等通信工具工作，解答买家问题的客服。

第二，有专门的导购客服，帮助买家更好地挑选商品。

第三，有专门的投诉客服，处理客户投诉。

第四，为了招揽更多顾客，有专门的推广客服，负责网店的营销与推广。

第五，顾客下单完成之后，有专门帮店主打包发货的客服。

其实，不管是线上的网络客服，还是传统的线下客服，都需要具备同样的客服工作技能。只是服务的平台有区别，也就是线上线下之分，本质并没有区别。

那么，如何为顾客提供有价值的服务？

这里先从服务的概念讲起。服务是指一种以顾客为导向的价值观，任何能提高顾客满意度的内容都属于服务的范围之内。为顾客提供服务，不仅是一种活动，一个过程，还是某种结果。

关注顾客需求，不仅要关注顾客的“理性”需求，还要关注顾客的“感性”需求。顾客体验突出了顾客感性需求的重要性。通过技术与人性、科学与艺术的有效结合，在实现基本功能和性能的基础上使产品或服务更加人性化。从而创造出难忘的体验，让产品或服务与顾客共鸣。

服务水平的高低，决定了顾客的满意度。三流的客服人员不清楚顾客

为什么不满意，怎么使顾客满意；二流的客服人员清楚顾客为什么不满意，不知道如何使顾客满意；一流的客服人员知道顾客为什么不满意，而且有方法使顾客满意。

从三流到一流，虽然只有“一字之差”，却有“天壤之别”。如何做一名一流的客服人员？

只要我们肯努力，不管是服务于线上，还是线下，每一个人都能成为最优秀的客服人员。就像拿破仑所说，“不想当将军的士兵不是好士兵”。每一家服务型企业都在锻造自己的客服明星。在我们的生活当中，天天可以听到明星的故事，这么多明星，都在我们的耳边家喻户晓。那么我们如何成为客服人员中的佼佼者呢？

先看一下顾客对服务的要求。顾客说，我很现实，比几年前更现实。我们的顾客对我们的要求，除了高以外，不像以前了。我们在销售和服务过程中，怎样去了解顾客的需求，怎样去了解顾客的类型？怎么知道顾客到底需要什么？他的期望值是多少？我们怎样超越他的期望值呢？怎么样去满足他的期望呢？这是我们要思考的。

顾客除了购买我们的产品，还要让我们提供服务。顾客说，你们必须超越我的需求，才会让我满意。怎样才能让顾客满意？究竟如何满意？

让顾客满意，有四大维度：

第一，有形度，让顾客感觉，你像一个专业的客服人员，形象让顾客喜欢。这是外在的表现。

第二，专业度，看你是不是专业。问你什么，你都知道。问你产品，你能一二三说得很清楚。

第三，信赖度，除了我们有好的口碑外，能否让顾客信赖你。

第四，及时度，你在提供服务时，能不能快速、及时，让顾客感觉满意。

在竞争十分激烈的今天，必须营造轻松、愉悦的氛围。塑造企业精品意识，追求的服务必须是规范、个性、超值，甚至是令顾客备受感动的服务，以满足多层次、多方面、多变化的服务要求。

只有具备了多方面的能力，你才能在职场中更进一步。

以此为序。

准备充分才有好未来

目 录

前言：你为什么挣得比别人少？ / 1

第一章 准备充分才有好未来

1. 你不主动，怎么有未来？ / 2
2. 客服也需要充分了解产品 / 7
3. 耐心是客服的必备素质 / 11
4. 预设可能遇到的问题 / 13
5. 必须知道的接待礼仪 / 23

第二章 别让成功“卡”在说话上

1. 为什么说不清？ / 30
2. 恰当的措辞，改变你的人生 / 35
3. 想要打动人心，必须会讲故事 / 40
4. 玩转幽默，从此不再尴尬 / 45
5. 不要“审问”顾客 / 52
6. 拒绝性语言要不得 / 57
7. “明哲保身”，却难独善其身 / 60
8. 应对抱怨，站在顾客角度思考问题 / 63

9. 善于沟通, 找到顾客感兴趣的话题 / 66

10. 成功说服, 让顾客赞同你的观点 / 68

第三章 80%的意思都不是用嘴巴传达的

1. 佛靠金装, 人靠衣装 / 74

2. 肢体语言, 让你成为关注的焦点 / 78

3. 你微笑待人, 世界就向你微笑 / 83

4. 眼神偶尔也会出卖你 / 86

5. 察言观色并不落伍 / 90

6. 习惯性手势暗藏的心灵地带 / 93

7. 语言、表情和行为的一致性 / 99

第四章 学会倾听, 你就成功了一半

1. 专注聆听, 让对方向你敞开心扉 / 102

2. 不要一个人唱“独角戏” / 106

3. 留给对方说话的机会 / 108

4. 满足顾客说话的欲望 / 112

5. 不要打断顾客的谈话 / 115

6. 言由心生: 听其声, 识其人 / 119

7. 习惯成自然: 通过口头禅看其个性特征 / 122

8. 你知道顾客的话外音吗? / 126

第五章 不同顾客的心理, 你懂吗?

1. 没人会狠心拒绝热情的人 / 130

2. 寻找顾客的利益点 / 134
3. 让顾客满意，增加快乐体验 / 136
4. 让顾客快乐的五件事 / 142
5. 如何创造顾客体验 / 149
6. 顾客购物的心理阶段 / 150
7. 永远从顾客的思维角度出发 / 154

第六章 顾客投诉怎么办？

1. 处理投诉的基本流程 / 160
2. “打铁还需自身硬”，提高服务能力 / 164
3. 没有优秀的员工，就没有满意的顾客 / 171

后序 不得罪任何一个顾客 / 191

我们每个人都希望自己的人生能够过得有意义，但是如何才能做到这一点呢？这就需要我们在日常生活中不断地学习和积累，不断地提升自己的素质和能力。只有这样，我们才能在未来的竞争中脱颖而出，实现自己的人生价值。

每个人在成长的过程中都会遇到各种各样的困难和挑战，但是只要我们保持积极的心态，勇于面对，就一定能够克服它们。同时，我们也需要学会与人合作，学会倾听，学会尊重他人，这些都是我们在社会中立足的必备素质。

第一章

准备充分才有好未来

在人生的旅途中，我们经常会遇到各种各样的选择。有时候，我们会感到迷茫和不知所措，不知道应该往哪个方向前进。但是，只要我们能够静下心来，认真地思考，就一定能够找到属于自己的道路。同时，我们也需要学会规划自己的未来，制定明确的目标，并为之努力奋斗。只有这样，我们才能在未来的道路上走得更加坚定和自信。

在未来的日子里，我们将继续不断地学习和成长，不断提升自己的素质和能力。我们将以更加饱满的热情和更加坚定的信心，迎接未来的挑战。我们将用实际行动证明，只要我们准备充分，就一定能够拥有一个美好的明天。

古人云：凡事预则立，不预则废。机会只青睐有准备的人，准备越充分胜算越大。客服人员不仅要熟悉自己产品的优势劣势，还要熟悉顾客需求、顾客问题等，这样才能显示客服的威力。

1. 你不主动，怎么有未来？

作为一名客服人员，不管你是线上的客服人员，还是线下的，你的执行不能是被动应付，而必须是主动负责。完成上级布置任务的状态，可以分为三种：

第一种，敷衍应付。做是做了，但和预想和要求的差很多，也就是打了折扣；

第二种，领导要求的，会做到；领导没要求的，不会多做；

第三种，不仅领导要求的会做到，领导没有要求的，只要是有利于把事情做得更好的，都会主动去做，让结果远远超过领导的期望。同样作为线上或线下的客服人员，在工作中，不是去被动应付，而是能够主动负责。

为什么很多时候执行的效果会不尽人意？一个至关重要的原因就是，很多人一接到任务，第一个反应就是“好烦人，整天不是做这个就是做那个，真不想做”“事情都成堆了，赶紧做完拉倒”“无所谓，拖一拖再说”……一有这样的想法，必然会造成两个后果：一是马马虎虎，不是想着如何做好，而是想着如何省事，能够赶紧完成，应付过去；二是不会主动去思考，如何才能做得更到位，结果必然会大打折扣。

打个比方，做服务工作，就好比是跟顾客在谈恋爱。对一个心仪的女孩子，你只有主动出击，了解她，关心她，你才能够虏获芳心。线上的客

服，你要主动通过通信工具与顾客联系；而线下的客服，要主动与顾客沟通，并发掘顾客的潜在需求。只有主动出击，才有可能赢得顾客。只有保持主动的心态，我们才能在困境中仍对未来充满希望。事实上，这也正是成功者与失败者的差异所在。

每个人在刚刚进入一家新公司或者获得一个新岗位时，都会有新鲜感。但是，当新鲜感消失，工作驾轻就熟之后，人们的工作激情往往会跟着消失。这时候就要在工作中扮演主动的角色，通过不断给自己树立新的目标，挖掘新鲜感。

而这么做的前提就是，不要只把工作当成谋生的手段，而要把自己的事业、成功和目前的工作连接起来。没有这个前提，你就没有挑战更高目标的动力，就会在日复一日、年复一年的重复性工作中慢慢倦怠，失去激情。这种“做一天和尚撞一天钟”的心态非常要不得。

我们来看一个小故事：

一个小和尚在寺院担任撞钟一职。半年下来，对于这个机械似的重复工作，他感到非常无聊，于是每天都敷衍了事，得过且过。有一天，主持告诉他，他已不能胜任撞钟一职，只能调他到后院劈柴挑水。小和尚很不服气地问：“我撞的钟难道不准时、不响亮吗？”

老主持耐心地告诉他：“你撞的钟虽然很准时，也很响亮。但钟声空泛、疲软，没有感召力。钟声是要唤醒沉迷的众生，因此，撞出的钟声不仅要洪亮，而且要圆润、浑厚、深沉、悠远。”

小和尚撞钟的心态，就是典型的得过且过、被动消极的心态。从来不想着主动把工作做好，仅仅只是应付“公事”。这就告诉我们，做任何事情都要用心主动，否则是没有未来的。

无论是线上还是线下的客服人员，只有主动调整自己的心态，才能做

好客服工作!

顾客要的其实很简单。他不是要你把他当爹当娘，他只是要你一个端正亲切的态度，要得到一个美好的感觉。而这么简单的要求，你却给不了。其实这并不难做到，完全只在一念之间，那就是态度决定一切。态度决定一切，不是方法和技巧。

松下幸之助说：“服务将决定能否让顾客满意。一切都是从服务开始的。”我也一直强调要永远赢得顾客，就要做服务。这也是许多成功企业所推崇的，成功的企业无不把服务作为核心竞争力。很多商家会失去顾客，并不是他的产品不好，而是低劣的服务把顾客给得罪了。

任何服务行业，重视顾客都是非常重要的。拥有忠实的顾客群，是一家服务型企业成功的必要因素。而作为客服人员，就更需要重视每一位顾客，认真做好服务工作，主动积极地为顾客服务。

热情周到要求客服人员待客如亲人，初见如故，面带笑容，态度和蔼。在顾客面前，不管服务工作多繁忙，压力多大，都要不急不躁地服务好顾客。热情周到同样适用于当下的网络客服。你的态度，能通过网络传播给顾客，顾客能感受到你的热情和积极主动。顾客有意见，虚心听取；顾客有情绪尽量解释，决不与顾客争吵。发生矛盾要严于律己，恭敬谦让。

在提供服务时应该让顾客感觉到你是真心为他服务，而不是敷衍塞责。这就要求客服人员在提供服务时态度一定要好，对顾客提出的问题要及时耐心地解答。良好的沟通是为顾客提供良好服务的关键。当顾客致电投诉或反映问题时，是希望得到重视，得到帮助。要设身处地为顾客设想，体会顾客的感受。

对于网络客服而言，客服工作的好坏，直接关系到店铺的转化率和成

交率。当顾客通过搜索或者广告进入你的店铺之后，一般顾客都会咨询客服人员一些相关产品的问题，那么客服人员是否能主动为顾客解答就显得尤为重要。

总之，多问、多推荐，一定能接大单。

同样，线下客服人员该怎么做到主动，又该如何培养主动意识。以下是我的一些想法和建议。

(1) 培养主动服务的意识

服务意识从本质上来说是一种主动服务，被动的服务永远不会得到顾客的认可。如果客服人员能够随时随地、积极主动地发现顾客的需求，并主动帮助顾客满足他们的需求，那么就能最大限度地留住顾客，使他们再次光临。

(2) 积极主动地面对所有工作

很多客服人员在工作一段时间后，就慢慢疲倦了、无所谓了，甚至变成老油条了。如果你也是这样，那你永远不要忘了，很多领导和同事都在看着你。我们不妨问问自己，每天都勤勤恳恳吗？每天都用心去做好眼前的工作了吗？每天都积极主动地面对所有的工作吗？

(3) 给顾客提供抢先服务

在顾客没有表明需求前，客服人员提供抢先服务。比如，我们去餐厅吃饭的时候，没等顾客开口，迎宾员就主动上前接待，询问是否来用餐？有几位？是否预定，去包房？还是大厅？然后引领顾客去用餐区。这是一种抢先服务，通过主动询问，不仅了解了顾客的需求，还帮助自己找到了

真正的消费目标。

(4) 主动提高服务水平

客服人员在工作中要给顾客提供主动服务。比如顾客在用餐过程中，客服人员要做好巡台、加汤、打沫、撤换空盘等工作，主动服务好顾客，及时解决顾客的不便。在服务过程中，要注重细节。比如在加汤时，要避免汤水溅到顾客的身上，细微服务更能让顾客感动。

(5) 主动与顾客沟通，收集顾客意见

客服人员在工作中，要主动与顾客进行交流，询问顾客对公司以及客服人员有什么建议。客服人员收集这些好的建议，统一汇报到公司。这样才能不断改进，不断创新服务，也能不断提高顾客的满意度。

俗话说得好，世上无难事，只怕有心人。作为客服人员，你的心用在哪儿，收获就在哪儿。一个优秀的客服人员，在工作中一定具备主动的服务意识，自觉发挥在工作中的积极性和创造性，为顾客提供良好服务。