

国家中等职业教育  
改革发展示范学校建设系列成果



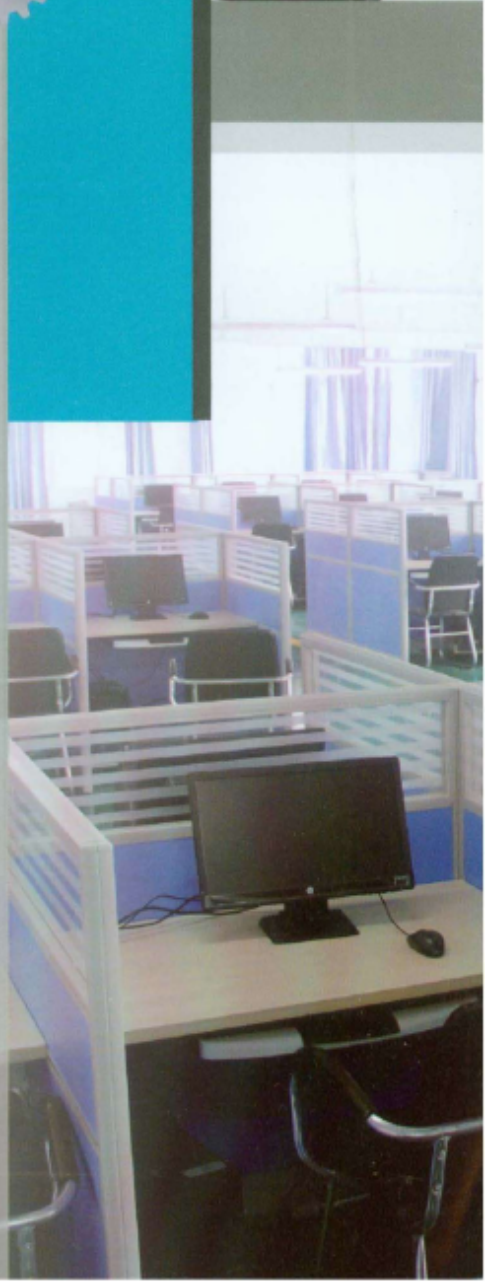
# 呼叫中心模拟 实训

HUJIAO ZHONGXING  
MONI SHIXUN

主 编 聂 平  
副主编 刘四评 王丽霞  
主 审 杜 江



重庆大学出版社  
<http://www.cqup.com.cn>



# 呼叫中心模拟实训

主 编 聂 平  
副主编 刘四评 王丽霞  
参 编 罗 静 朱 平  
        王 沛 周 涛  
主 审 杜 江

重庆大学出版社

## 内 容 简 介

为了满足中等职业教育改革发展的需要,结合重庆市永川区软件与信息服务外包产业园区以及重庆市服务外包产业对客户信息服务专业毕业生的需要,我校与重庆文理学院、重庆市步讯信息技术有限公司、重庆恒隆兴信息技术有限公司等企业合作,邀请企业生产一线客户信息服务代表、企业专家根据“呼叫中心模拟实训”课程标准,编写了这本适合客户信息服务专业实际的《呼叫中心模拟实训》教材。

“呼叫中心模拟实训”是中等职业学校客户信息服务专业设置的一门专业核心课程,其任务是使学生具备初、中级呼叫服务员职业能力,提高综合素质,增强职业道德观念,能基本胜任呼叫中心客户信息服务代表的岗位。

本书在行业企业实践专家的参与下,经过大量的市场调研,结合企业工作实际精心编写而成,可作为中等职业学校客户信息服务专业的教材,高职高专、本科院校相关专业师生以及客户信息服务代表的自学参考书。

### 图书在版编目(CIP)数据

呼叫中心模拟实训/聂平主编.—重庆:重庆大学出版社,2015.3  
(国家中等职业教育改革发展示范学校建设系列成果)  
ISBN 978-7-5624-8851-4

I. ①呼… II. ①聂… III. ①呼叫中心—中等专业学校—教材 IV. ①F626.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 031588 号

国家中等职业教育改革发展示范学校建设系列成果

### 呼叫中心模拟实训

主 编 聂 平

副主编 刘四评 王丽霞

责任编辑:章 可 版式设计:章 可

责任校对:邬小梅 责任印制:赵 晟

\*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

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](mailto:fxk@cqup.com.cn) (营销中心)

全国新华书店经销

重庆川外印务有限公司印刷

\*

开本:787×1092 1/16 印张:5.5 字数:137 千

2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5624-8851-4 定价:11.00 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

## 中等职业教育示范校建设成果系列 教材编写指导委员会

主任:李庆

副主任:阮仁全 杜江

委员:张启福 向应见 刘勇 聂平 易善菊

赵红坤 周勇 刘汝伦 刘小利 龚南彬

龙斌 饶世光 蒋敬 高承明 赵红

企业(行业与高校)专家(以姓氏笔画为序):

孔令孝 中船重工重庆液压机电有限公司技术中心主任、工程师

毛臣健 重庆工业职业技术学院电气工程教研室主任、教授

冉益民 中船重工重庆液压机电有限责任公司副总经理、高级工程师

申跃 重庆理工大学副教授

叶光显 广东三向教学仪器制造有限公司开发部部长

田进宏 华中数控股份有限公司西南地区销售总监、工程师

朱宗良 重庆铁马工业集团有限公司科技带头人、高级工程师

陈万才 重庆新泰机械有限责任公司车工技师

陈绪林 重庆文理学院机电工程学院教研室主任、高级工程师

李朝兵 重庆新泰机械有限责任公司副总经理

陈皓波 重庆长安汽车股份有限公司维修电工高级技师

周涛 重庆步讯信息技术有限公司副总经理

胡旭 重庆文理学院机械工程系主任、副教授

涂文均 上海华育教学设备有限公司工程师

康小平 重庆通讯学院教授

谢怀德 重庆西源凸轮轴有限公司首席技师、车间主任

蒋勇 重庆航凌电路板有限公司高级技师、五一劳动奖章获得者

曾祥伦 重庆文理学院副教授

廖志广 英业达(重庆)有限公司生产部部长

秘书长:肖安明

## 序

《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》、《中等职业教育改革创新行动计划(2010—2012年)》和《教育部 人力资源和社会保障部 财政部关于实施国家中等职业教育改革发展示范学校建设计划的意见》(教职成[2010]9号)的颁布与实施,为中等职业教育改革发展指明了方向。其中在推进课程改革与创新教育内容方面明确提出,中等职业学校要以提高学生综合职业能力和服务终身发展为目标,贴近岗位实际工作过程,对接职业标准,更新课程内容、调整课程结构、创新教学方式……以人才培养对接用人需求、专业对接产业、课程对接岗位、教材对接技能为切入点,深化教学内容改革……

为此,重庆市工业高级技工学校乘国家中等职业教育改革发展示范学校建设的东风,在推进课程改革与创新教育内容方面进行了大胆的改革和尝试,建立了由行业、企业、学校和有关社会组织等多方参与的教材建设机制,针对岗位技能要求变化,以职业标准为依据,在现有教材基础上更新教材结构和内容,编撰了补充性和延伸性的教辅资料;依托行业、企业等开发了服务地方新兴产业、新职业和新岗位的校本教材。

重庆市工业高级技工学校在国家中等职业教育改革发展示范建设学校中的建设项目共有3个重点建设专业——电子技术应用、机电技术应用和数控技术应用,1个特色项目——永川呼叫和金融数据处理公共服务平台。示范校开建以来,在国家和市级专家的指导下,4个项目组分别对本专业行业和重庆具有代表性的企业(每个专业至少10家)进行了调研,了解产业现状和发展趋势,掌握重庆相关企业的岗位设置及企业对技能人才的能力要求,明确毕业生所需专业能力、方法能力和社会能力;结合本专业相关的行业、国家标准(规程规范)分别进行了专业工作领域、典型工作任务的分析(形成岗位调研及工作任务分析报告),归纳出典型工作任务对应的课程,构建课程体系,并制订出适合现代职业教育特点的课程标准。

根据新的课程标准,学校教师与企业行业专家一道,编撰完成了一批校本教材,将学校在开展教学模式改革、创新人才培养模式、创新教育内容方面总结出的一些成功的经验,物化成了示范校改革创新的成果。藉国家中职示范学校建设计划检查验收提炼成果之际,在重庆大学出版社的大力支持下,学校把改革创新等示范学校建设成果通过整理,汇编成系列教材出版,充分反映出了学校两年创建



工作的成效,也凝聚了学校参与创建工作人员的辛勤汗水。

就重庆市工业高级技工学校的发展历程而言,两年的创建过程就似白驹过隙,转瞬即逝;就国家中职发展而言,重庆市工业高级技工学校的改革创新实践工作也似沧海一粟,微不足道。但老师们所编写的中职学校改革发展的系列教材,对示范中职学校如何根据国家和区域经济社会发展实际进行深化改革、大胆创新、办出特色方面,提供了有益的参考。

系列教材的出版,一方面是向教育部、人力资源和社会保障部、财政部的领导汇报重庆市工业高级技工学两年来示范中职学校的创建工作,展示建设的成果;另一方面也将成为研究国家中等职业教育改革发展示范学校建设的一级台阶,供大家学习借鉴。

相信通过示范中职学校的建设,将极大地提高学校的办学水平,提高职业教育技术技能型人才培养的质量,充分发挥职业教育在服务国家经济社会建设中的重要作用。

校长 李庆

2015年1月

## 前 言

呼叫中心是充分利用现代通信、网络与计算机技术而集成(CTI)的,如IVR(交互式语音应答系统)、ACD(自动呼叫分配系统)等,可以自动地处理各种不同的电话呼入、呼出业务和服务的运营操作场所。它广泛应用于金融、电信、电子商务、医疗、法律等各行各业,是服务于各个行业的一个信息集散平台,是信息时代最具发展前景的网络商务形式。

呼叫中心在中国仅有二十来年的历史,已实现产值近1 000亿。但与印度在服务外包领域3 000亿美元的巨额产值相比,中国的呼叫中心产业仍显稚嫩。随着中国迈向发达国家的步伐不断加大,现代服务业急需快速发展,而呼叫中心这个新兴的产业正以每年30%的速度增长,中国呼叫服务中心的兴起必将会带动新一轮产业热潮,亦必将成为现代服务业的重要组成部分。

1993年,呼叫中心随着中国互联网的发展开始进入中国。1997年呼叫服务中心的市场规模为62 000个坐席左右,销售额达到10亿元;1993年到1997年的平均增长率为46%(依据国际呼叫中心市场发展标准:成熟的呼叫中心市场中电信部门的市场仅占全部市场份额10%左右),我国电信部门占2/3的市场份额,市场潜力无比巨大。因此,从1999年底开始,国外公司纷纷进入中国呼叫中心市场,国内各通信厂商、系统集成厂商在呼叫服务中心的开发与推广方面也取得了很大的成绩。

2009年国务院批准北京、天津、上海、重庆、大连、深圳、广州、武汉、哈尔滨、成都、南京、西安、济南、杭州、合肥、南昌、长沙、大庆、苏州、无锡这20个城市为中国服务外包示范城市,并提供相应的政策、资金扶持服务外包基地、平台等相关产业在中国的发展。

呼叫中心在中国经过二十多年的发展,已经有较为成熟的产业链,集成了呼叫中心各种硬件设备提供商、软件开发商和系统集成商,还有众多的外包服务商、信息咨询服务商、专门的呼叫中心管理培训学院、大量的呼叫中心展会和数不清的呼叫中心杂志、期刊、网站等,整个产业链所产生的经济效益、社会效益已占整个社会现代服务业相当大的比例,在中国具有非常广阔的发展前景。

呼叫中心客户信息服务代表从事的主要工作包括:(1)受理客户通过电话、计算机互联网络提出的诉求,或主动向客户传递相关信息、销售产品或服务;(2)通



过呼叫中心存储的相关业务信息或依托相关服务系统解决客户提出的诉求；(3)对受理的各类客户信息进行汇总、统计和分析,为上级或相关部门决策提供依据。

为了满足中等职业教育改革发展的要求,结合重庆市永川区软件与信息服务外包产业园区,以及重庆市服务外包产业,对客户信息服务专业毕业生的需要,我校与重庆文理学院、重庆市步讯信息技术有限公司、重庆恒隆兴信息技术有限公司合作,邀请企业生产一线客户信息服务代表、企业专家组成编写小组。经过大量的市场调研,结合企业工作实际,精心编写了适合客户信息服务专业实际的《呼叫中心模拟实训》教材。

本书由聂平主编和统稿,刘四评、王丽霞任副主编,杜江主审。

承担本书编写人员是:聂平、刘四评、王丽霞、罗静、朱平、王沛、周涛,其中项目一由聂平编写,项目二、三由刘四评、王丽霞编写,项目四、五由来自重庆步讯信息技术有限公司副总经理周涛编写,本书习题由罗静、朱平、王沛编写。对参与本书编写,提供素材和资料的单位和个人在此一并表示感谢。

《呼叫中心模拟实训》是中等职业学校客户信息服务专业设置的一门专业核心课程,其任务是使学生具备初、中级呼叫服务员职业能力,提高综合素质,增强职业道德观念,能基本胜任呼叫中心客户信息服务代表的岗位。

由于时间仓促,且编者的水平和经验有限,书中难免有欠妥和错误之处,恳请读者批评指正。

编者  
2014年11月



# 目 录

项目一 呼叫中心概述	1
任务 1 认识呼叫中心	1
任务 2 呼叫中心客户服务基础	7
项目二 呼叫中心客户信息服务代表的职业规划	10
任务 1 呼叫中心客户信息服务代表的职业道德	10
任务 2 呼叫中心客户信息服务代表的职业生涯规划	15
项目三 呼叫中心客户信息服务代表的职业素养	22
任务 1 呼叫中心客户信息服务代表的基本素养	22
任务 2 呼叫中心客户信息服务代表的语言素养	32
任务 3 呼叫中心客户信息服务代表的职业礼仪	36
项目四 呼叫服务软件操作练习(模拟实践)	39
任务 1 呼叫服务准备	39
任务 2 电话接入服务软件功能及使用	41
项目五 呼叫服务操作实践	47
任务 1 BooCenter 坐席操作	47
任务 2 BooCenter 管理系统操作	51

# 项目一 呼叫中心概述

- 【知识目标】
- 知道呼叫中心的概况；
  - 理解呼叫中心的系统结构以及发展方向。
- 【技能目标】
- 能掌握呼叫中心客户服务基本方法；
  - 能解释呼叫中心的新技术。

## 任务 1 认识呼叫中心

### 一、呼叫中心简介

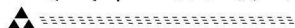
呼叫中心(Call Center, CC)又称客户服务中心,如图 1.1 所示,是充分利用现代通信与计算机技术,如 IVR(交互式语音 800 呼叫中心流程图应答系统)、ACD(自动呼叫分配系统)等,可以自动灵活处理大量不同的电话呼入、呼出业务和服务的运营操作场所。呼叫中心在企业应用中已经逐渐从电话营销中心向着 CTI(计算机通信集成)综合呼叫中心转变,已经将电话、计算机、互联网等多种媒介综合应用于营销、服务等多项工作中。



图 1.1 呼叫中心

根据发达国家的经验,呼叫中心是企业开展客户服务、市场营销、技术支持和其他特定商业活动接收和发出呼叫的一个渠道,也是提高电子商务客户服务质量的极佳解决方案。

早在 20 世纪 80 年代,欧美等国的电信企业、航空公司、商业银行等为了密切与用户的联系,通过计算机的支持,利用电话作为与客户交互联系的媒体,设立了“呼叫中心”(Call Center),也称为“电话中心”,实际上就是为客户服务的“服务中心”。企业的需求推动了呼叫中心的发展,呼叫中心的发展带动了相关硬件设备、软件、系统集成的开发与应用,也带来了众多外包服务、信息咨询服务的繁荣。



近年来,呼叫中心在世界各地都呈现出高速发展的局面。有数据表明,全球每年由呼叫中心促成的销售额已高达 6 500 亿美元。呼叫中心的服务范围已从最初的咨询和投诉延伸到售前、售中、售后服务等客户经营、生产、管理的全过程,是企业与客户交流的主要手段,已逐步成为企业的“统一对外联系窗口”。在我国,随着市场经济体制的逐步健全,企业间的竞争正逐步向服务的竞争发展,呼叫中心呈现出飞速发展的势头,每年的增长率都在 30% 以上,其应用也由信息行业扩展到银行、航空、铁路、保险、证券、房地产、旅游、商厦、医疗保健、政府等越来越多的行业。

## 二、呼叫中心系统结构

呼叫中心就是在一个相对集中的场所,由一批服务人员组成的服务机构,通常利用计算机通信技术处理来自企业、顾客的咨询需求。以电话咨询为例,呼叫中心具备同时处理大量来电的能力,还具备主叫号码显示,可将来电自动分配给具备相应技能的人员处理,并能记录和储存所有来电信息。一个典型的以客户服务为主的呼叫中心可以兼具呼入与呼出功能,在处理顾客的信息查询、咨询、投诉等业务的同时,可以进行顾客回访、满意度调查等呼出业务。

从管理方面看,呼叫中心是一个促进企业营销、市场开拓并为客户提供友好交互式服务的管理与服务系统。它作为企业面向客户的前台,面对的是客户,强调的是服务,注重的是管理,充当企业理顺与客户之间的关系并加强客户资源管理和企业经营管理的渠道。它可以提高客户满意度、完善客户服务,为企业创造更多的利润。

从技术方面看,呼叫中心是围绕客户采用 CTI 计算机电话集成技术建立起来的客户关照中心;对外提供语音、数据、传真、视频、因特网、移动等多种接入手段,对内通过计算机和电话网络联系客户数据库和各部门的资源。

具体来说,呼叫中心一般由 4 个部分组成:客户端、呼叫控制、坐席端以及中心数据库,如图 1.2 所示。

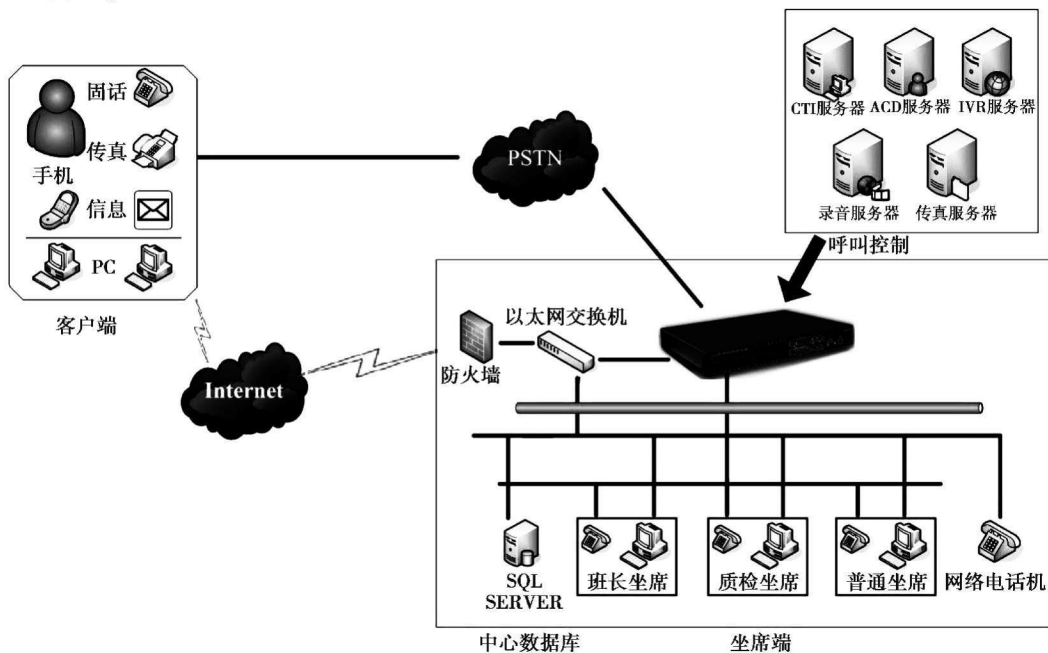


图 1.2 呼叫中心系统结构

### 1. 客户端

客户端主要是指已经购买产品或服务的客户,也指潜在的客户。客户端与呼叫中心的联系除了电话外,也可以通过网络。

### 2. 呼叫控制

呼叫控制是呼叫中心系统的核心,决定了服务系统的性能,图 1.3 所示的即是某呼叫控制软件界面。



图 1.3 呼叫控制软件界面

### 3. 坐席端

坐席端是为客户提供人工服务的终端设备,通常由坐席端计算机、坐席电话以及耳麦等组成。

### 4. 中心数据库

中心数据库是呼叫中心的信息存储和查询部分。

## 三、呼叫中心的发展方向

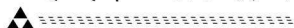
呼叫中心起源于美国的民航业,其最初目的是能更方便地向乘客提供咨询服务和有效地处理乘客投诉。从 20 世纪 80 年代开始在中国逐步启动,并逐步走向规范化发展,当前市场规模已近 70 万坐席,并已发展至第五代呼叫中心,即基于 IP、云计算、视频、社交网络等技术的新一代呼叫中心。

从呼叫中心的技术层面看,呼叫中心的发展可分为 5 个发展阶段。

#### 1. 第一代呼叫中心:人工热线电话系统

人工热线电话系统呼叫中心在早期是指一个由两人或更多人组成的、在一个特定地方用专用设备处理电话业务的小组。这些人就是通常所说的呼叫中心代理(人)。一个呼叫中心可以只提供信息接收服务,或者只提供信息发送服务,或者是一个混合式呼叫中心,其呼叫中心代理会负责这两项工作。

第一代呼叫中心硬件设备为普通电话机或小交换机(排队机),其造价低、功能简单、自动化程度低,一般仅用于受理用户投诉、咨询,适合业务量小、用户要求不高的企业或单位使用。



### 2. 第二代呼叫中心:交互式自动语音应答系统

随着计算机技术和通信技术的发展,第一代呼叫中心由于基本靠人工操作,对话务员的要求相当高,而且劳动强度大,系统功能简单,已明显不适应时代发展的需要。因此,功能更加完善的第二代呼叫中心系统应运而生。第二代呼叫中心广泛采用了计算机技术,如通过局域网技术实现数据库数据共享;通过语音自动应答技术减轻话务员的劳动强度,减少出错率;采用自动呼叫分配器均衡坐席话务量、降低呼损、提高客户的满意度等。

但第二代呼叫中心也存在一定的缺点:它需要采用专用的硬件平台与应用软件,还需要投入大量资金用于集成和满足客户的个性化需求,灵活性差、升级不方便、风险较大、造价也较高。

### 3. 第三代呼叫中心:兼有自动语音和人工服务的客户服务系统

与第二代呼叫中心相比,第三代呼叫中心采用 CTI 技术实现了语音和数据同步。它主要采用软件来代替专用的硬件平台及个性化的软件,由于采用了标准化的通用软件平台和硬件平台,使得呼叫中心成为一个纯粹的数据网络。

第三代呼叫中心采用通用软硬件平台,造价较低;随着软件价格的不断下调,新功能可以不断增加,特别是中间件的采用,使系统更加灵活,系统扩容升级更加方便;无论是企业内部的业务系统还是企业外部的客户管理系统,不同系统间的互通性都得到了加强;同时还支持虚拟呼叫中心功能(远程代理)。

### 4. 第四代呼叫中心:网络多媒体客户服务中心

网络多媒体客户服务中心具有接入和呼出方式多样化的特点,支持电话、VOIP 电话、计算机、传真机、手机短信息、WAP、寻呼机、电子邮件等多种通信方式。能够将多种沟通方式的格式互换,可实现文本到语音、语音到文本、E-Mail 到语音、E-Mail 到短消息、E-Mail 到传真、传真到 E-Mail、语音到 E-Mail 等的自由转换。

第四代呼叫中心引入了语音自动识别技术,可自动识别语音,并实现文本与语音自动双向转换,即可实现人与系统的自动交流。第四代呼叫中心是一种基于 Web 的呼叫中心,能够实现 Web CALL、独立电话、文本交谈、非实时任务请求等。

### 5. 第五代呼叫中心

第五代呼叫中心基于 UC、SOA 和实时服务总线技术,具备 JIT 管理思想,可作为全业务支撑平台 TSP 的呼叫中心。

与第四代呼叫中心相比,第五代呼叫中心具有以下 4 个特性:

#### (1) 通信,基于 UC

第五代呼叫中心在通信方面提出了更高的要求,允许客户以各种联络方式请求呼叫中心,并且呼叫中心能够和管理电话一样管理这些联络方式。这些联络方式包括:电话、传真、短信、电子邮件、网上音频、网上视频、文本交谈、文件传输、护航浏览、应用共享、桌面共享和电子白板。

#### (2) 计算,基于 SOA 和实时服务总线技术

呼叫中心引入的软件系统越来越多,软件需求也在不断变化,因此第五代呼叫中心要求软件基于 SOA 技术,以满足系统之间的交互和不断变化的需求;同时,呼叫中心是典型的实时系统,要求系统之间的交互是实时的,而实时处理的需求也是不断变化的,因此必须也必然需要

实时服务总线支撑。

### (3) 管理,具备 JIT 管理思想

准时化生产方式(Just-in-time, JIT)是一种独具特色的现代化生产方式。准时化生产方式作为一种彻底追求生产过程合理性、高效性和灵活性的生产管理技术,它已被应用于世界各国的许多行业和众多企业之中,其精髓在于持续改进。包括:“倒过来”的生产方式,杜绝一切形式的浪费,尊重人性和调动人的积极性,良好的外部协作关系。第五代呼叫中心在技术上需要对 JIT 管理思想提供有效的管理工具。

### (4) 业务,作为全业务支撑平台 TSP

第五代呼叫中心在业务模式上应该是一个全业务支撑平台(TSP, Totally Service Platform);既可以应用于呼入,也可以应用于呼出;既可以应用于客户服务,也可以应用于电话营销;既可以应用于众多商业领域,也可以应用于 50 多个政务行业;既可以应用于自建呼叫中心,也可以应用于外包呼叫中心;既可以应用于大型集中呼叫中心,也可以应用于分布式呼叫中心。

## 四、呼叫中心的新技术

呼叫中心的发展离不开技术的更新,新的技术对呼叫中心市场有着重要影响,并将在呼叫中心中得到规模化应用。

### 1. 语音识别

语音识别作为改善呼叫中心效率与客户体验的一项重要技术得到了业界的关注,未来语音识别技术在呼叫中心中的广泛采用,将有助于促进呼叫中心海量语音文件的应用,识别服务内容与机会,提升呼叫中心语音客户接触界面信息收集、挖掘和再应用的价值。

### 2. 社交网络技术

社交网络由于其天然的人际交往沟通价值,在呼叫中心中将被越来越多地应用,将影响呼叫中心的业务系统规划与建设、项目流程管理与执行、人员培训与管理等各个层面,社交元素可以全面改善呼叫中心服务效率与质量、变革呼叫中心的业务模型。

### 3. 云计算呼叫中心

在未来几年,部分外包及 ASP 型的呼叫中心将广泛采用云技术,以实现地域无关性、弹性部署和降低成本,更好地满足呼叫中心投入性价比的需求,使呼叫中心具备普遍服务的可能,尤其促进中小企业配置云计算呼叫中心,改善企业的服务与营销能力。

### 4. 视频通信

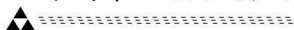
随着 3G、4G、光网、WI-FI 及智能终端的普及,在呼叫中心中广泛采用视频技术已成为可能,据有关统计,人类获取信息的 83% 是通过视频实现的。视频在呼叫中心的采用,在提高沟通信息量的同时,可实现植入广告、植入选项与服务界面等,有效改善呼叫中心的服务体验,提升呼叫中心的服务效率,增强呼叫中心的业务承载能力。

### 5. 位置服务与导航

随着 GPS 技术市场上的全面普及与国内北斗定位推广的日益展开,位置服务与导航将成为呼叫中心的有效配套支撑,可为客户直接提供服务与销售活动的位置指引。位置服务以标准化导航界面的形式,将服务信息推送给客户,同时可伴随客户获取服务的整个空间进程。

### 6. 呼叫中心的大数据应用

随着计算能力按摩尔定律而不断递增,计算价格与通信价格快速下降,数据分析、数据挖



掘、数据关联等大数据应用,在呼叫中心中具备了广泛应用的条件,可充分挖掘与使用客户沟通信息,提高呼叫中心的效率与效益。

### 【课后作业】

#### 一、单选题

- 1.呼叫中心又称为( )。  
A.客户支持中心      B.客户信息中心      C.客户呼叫中心      D.客户服务中心
- 2.ACD 又称( )。  
A.自动呼叫支配系统      B.手动呼叫分配系统  
C.手动呼叫分配系统      D.自动呼叫分配系统
- 3.在我国,随着市场经济体制的逐步健全,呼叫中心呈现出飞速发展的势头,每年的增长率都在( )。  
A.50%以上      B.40%以上      C.30%以上      D.60%以上
- 4.有数据表明,全球每年由呼叫中心促成的销售额已高达( )美元。  
A.3 500 亿      B.4 500 亿      C.5 500 亿      D.6 500 亿
- 5.一个典型的以客户服务为主的呼叫中心包含( )。  
A.呼入业务      B.呼出业务      C.呼入与呼出业务      D.以上都不对

#### 二、多选题

- 1.综合呼叫中心已经将( )等多种媒介综合应用于营销、服务等多项工作当中。  
A.电话      B.计算机      C.互联网      D.微信
- 2.呼叫中心的发展带动了相关( )的开发与应用。  
A.硬件设备      B.软件      C.系统集成      D.技术支持
- 3.呼叫中心的应用也由信息行业扩展到( )等行业。  
A.银行      B.航空      C.铁路      D.保险
- 4.从技术方面看,呼叫中心对外提供( )等多种接入手段。  
A.话音      B.数据      C.传真      D.硬盘
- 5.呼叫中心一般由( )组成。  
A.客户端      B.呼叫控制      C.坐席端      D.中心数据库
- 6.从呼叫中心的技术层面上看,呼叫中心的发展可以分为( )。  
A.第一代呼叫中心      B.第二代呼叫中心      C.第三代呼叫中心  
D.第四代呼叫中心      E.第五代呼叫中心
- 7.呼叫中心的新技术有( )。  
A.语音识别      B.社交网络技术  
C.云计算呼叫中心      D.呼叫中心的大数据应用

#### 三、简答题

- 1.什么是呼叫中心?

2.请简述呼叫中心的系统结构。

3.请简述目前国内呼叫中心有哪几个发展方向。

## 任务2 呼叫中心客户服务基础

### 一、客户及客户服务意识

客户是指通过购买产品或服务满足其某种需求的群体,也就是指跟个人或企业有直接经济关系的个人或企业。随着社会经济的飞速发展,市场竞争先后经历了3个阶段——以产品质量为中心的初期竞争阶段,以价格为中心的中期竞争阶段,而当前已过渡到以服务为中心的竞争阶段。面对众多的竞争对手和风云变幻的市场,如何准确、及时地把握市场规律,抓住机遇,在竞争中求得生存与发展,是每一个企业所面临的重大课题。通过实施“客户服务意识”战略,以高效、优质的服务获得市场先机和竞争优势,达到保留老客户、争取新客户的目的。

客户服务意识是指服务人员在与客户的交往中所体现的为其提供热情、周到、主动的服务的欲望和意识。即自觉主动做好服务工作的一种观念和愿望,它发自服务人员的内心。作为坐席服务人员,如何才能做好客户服务工作,真正使客户满意呢?除了要掌握好服务技巧外,良好的服务意识也是决定客户满意与否的关键。

### 二、树立客户服务意识的必要性

我们处于一个大的社会系统中,相互依存,相互服务。从广义的“服务”来说,我们每天用的电、吃的米不都是电厂工人、农民兄弟给我们提供的服务吗?对客户服务意识的理解,每个人都不尽相同,客户服务意识就是一个人对服务的理解,只有提高了对客户服务的认识,增强了客户服务的意识,激发起人们在客户服务过程中的主观能动性,才能转化为人们的一种自觉行为。

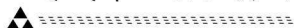
#### 1.客户创造了市场

企业生产的产品、提供的服务只有真正迎合客户的需求,才会有更大更好的市场。如果对企业产品和服务感到满意,顾客也会将他们的消费感受通过口碑传播给其他顾客,从而扩大产品的知名度,提高企业的形象,为企业的长远发展不断地注入新的动力。

#### 2.客户创造了利润

企业的赢利都是由客户创造的。





### 3. 客户创造了机遇

客户与企业之间只有建立了良好的关系,才能为企业和个人的发展提供更多的机遇。

### 三、客户服务方法

用户满意永远是第一追求,我们向客户提供的不仅仅是先进的技术和优质的产品,更是注重信誉、服务至上的精神。客户服务在具体的商业实践活动中包括售前服务、售中服务、售后服务3种类型。售前服务一般指企业在销售产品之前为顾客提供的一系列服务,如市场调查、产品设计、提供使用说明书、提供咨询服务等。售中服务则是指销售者在产品交易过程中向购买者提供的服务,如接待服务、商品包装服务等。售后服务是指凡与所销售产品有连带关系,并且有益于购买者特征的服务。此外,客户服务还包括支持与客户联络中心相关的客户服务活动,及其业务流程的咨询服务和外包服务,等等。由此可见,客户服务贯穿于整个商业活动的全过程,其重要性可见一斑。在实际工作中,客户服务应该做到以下几点:

(1) 避免留给客户坏印象,弥补客户服务中的不足。成功的第一印象会对公司带来良好的收益,避免客户对公司产生不良印象是客户服务的首要职责。对客户服务中出现的问题要采取积极解决的态度,不能找借口推脱责任,加强“服务修整”管理,制定相关服务修整的方案,有效提高本公司和竞争对手之间的差异,达到客户满意的标准。

(2) 确立客户服务管理监察制度,设立客户回访系统,及时反馈客户对公司客户服务的评价,改良客户服务的不足之处,通过良好的信息反馈系统,极大提高企业内部员工的服务意识,提升服务质量。

(3) 新老客户区别对待,切记顾此失彼!积极争取新客户是企业扩大经营的重要途径,但忽视老客户也会给企业带来巨大的损失,新客户要积极争取,同时又要保持同老客户的联系,对老客户的服务要周到、全面。

(4) 加强企业客户服务部门的培训,从服务理念、服务技巧、服务工具管理与运用等方面促进企业客户服务部门的全面升级,以期全面提升公司客户信息服务代表的服务意识和技巧。

### 【课后作业】

#### 一、单选题

1. 客户是指通过购买( )满足其需求的群体。  
A. 产品                      B. 服务                      C. 产品或服务              D. 以上均不是
2. 市场初期竞争阶段的特点表现为( )。  
A. 以产品质量为中心                      B. 以服务质量为中心  
C. 以商品价格为中心                      D. 以技术含量为中心
3. 当前市场竞争阶段的特点表现为( )。  
A. 以产品质量为中心                      B. 以服务质量为中心  
C. 以商品价格为中心                      D. 以技术含量为中心

#### 二、多选题

1. 客户的重要性体现在( )。