

零售商学院

卖场实战运营
情景剧
系列丛书

清除最后一颗雷

高彩凤 编著

顾客投诉 及突发事件应对技巧

如何高效、妥善地处理顾客投诉
如何完满、恰当地消除顾客的抱怨和不满
如何成功化解顾客的疑惑和忧虑
21个通用问题和5个不同业态特殊问题的解决方案
让你面对突发事件，有条不紊，从容应对



高彩凤
编著

顾客投诉及 突发事件 应对技巧



中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

顾客投诉及突发事件应对技巧 / 高彩凤编著. —北京: 中国发展出版社,
2009. 9

(卖场实战运营情景剧系列丛书)

ISBN 978-7-80234-476-1

I. 顾… II. 高… III. 企业管理: 销售管理—商业服务 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 175985 号

书 名: 顾客投诉及突发事件应对技巧

著作责任者: 高彩凤

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978-7-80234-476-1

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京瑞哲印刷厂

开 本: 700 × 980mm 1/16

印 张: 11

字 数: 130 千字

版 次: 2009 年 9 月第 1 版

印 次: 2009 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 1—6000 册

定 价: 27.00 元

咨询电话: (010) 68990625 68990692

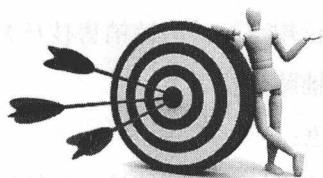
购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮箱: drcpub@126.com

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换



前言

随着经济的高速发展，市场越来越成熟，市场成熟的标志是竞争将越来越激烈，利润将越来越微薄，微利的特征越来越明显。那么，作为终端的店铺如何在优胜劣汰的市场中胜出，如何发现店铺的利润区，如何通过采用先进的管理模式而领先于竞争对手……这些都是店铺管理者苦苦思索的问题。

另一方面，作为店铺的管理者，你是否遇到过无论怎么强调服务，员工却总是达不到我们要求的情况；店铺的礼仪要么做作，要么就干脆无所谓；面对突发事件束手无策，造成越来越多的顾客投诉……这些都是店铺管理者不得不面对的问题。

通过对几十家成熟的零售连锁企业进行研究，我们认为进入竞争激烈的时代后，店铺经营者只有苦练内功，通过规范、标准的管理才能实现利润最大化，只有向管理要效益才能超越对手。

服务、礼仪、销售，是技术，同时也是艺术。之所以说是技术，是因为它们有一定的规律性与模式化，比如服务八步，推销的FAB理论等。但是如果学习者直接拿来套在自己的店铺管理上，就会水土不服，甚至起负面效果。为什么呢？原因在于使用这些标准、规范的时候缺乏艺术性。要做到店铺的服务、礼仪、销售、投诉应对的技术性与艺术性相结合，实践是必不可少的，只有实践可以为两者提供结合的土壤。

本套《卖场实战运营情景剧》系列丛书从实践出发，把技术性与艺术性有机地结合起来，贴近店铺经营实际，使读者不但易懂，还可以更好地在实践中应用所学知识。本套丛书共有五本，分别为《店铺标准服务流程》《店铺销售礼仪规范》《店铺销售技巧》《顾客投诉及突发事件应对技巧》《图解店铺陈列技巧》。

本套丛书有以下特色：

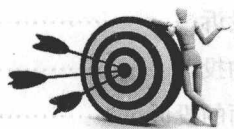
1. 情景剧模拟。模拟卖场的实际情景，包括错误的表现、正确的应对，零售专家点评技巧，并配大量的情景图片，加强对情景的解读。
2. 选题实用。丛书的内容都贴近店铺日常管理，从服务标准、礼仪规范、销售技巧、投诉和突发事件应对、商品陈列技巧五个方面提供了实用、可操作的指导。
3. 内容系统。丛书的内容以店铺为出发点，涵盖了店铺经营的各个方面，如员工薪酬分配、货物的进销存、员工管理等，让店铺管理者一册在手，诸事无忧，而且具有急事备查的优点。
4. 语言通俗。考虑到店铺人员喜欢轻松活泼，简洁明了的语言风格，我们在写作的时候特意将文字做到深入浅出、通俗易懂，与实战案例相结合，同时，图书的版式也简单明快。

我们希望这套丛书能够得到读者的认可与指点，更希望这套书能给读者带来帮助，成为店铺经营者的好帮手、指南针。

最后，祝读者朋友们生意兴隆。

编者

2009年8月



目录

第一章 处理顾客投诉的流程

一、顾客投诉的分类	1
1. 按投诉的性质分类	1
2. 按投诉的内容分类	2
二、顾客投诉心理分析	4
1. 求发泄的心理	5
2. 求尊重的心理	6
3. 求补偿的心理	11
三、接待人员的素质要求及服务理念	12
1. 接待人员的素质要求	12
2. 接待人员的服务理念	12
四、有效解决投诉问题的原则	14
1. 先处理情感,后处理事件	14
2. 耐心地倾听顾客的抱怨,分析顾客抱怨的原因	15
3. 想方设法地平息顾客的抱怨	15
4. 要站在顾客的立场将心比心	16
5. 迅速采取行动	16
情景再现 老大爷的血压计	17

五、顾客投诉的常见类型	21
1. 顾客接待方面的投诉	21
2. 顾客对商品的投诉	22
3. 顾客对价格投诉	28
4. 顾客对环境的投诉	37
5. 顾客退货方面的投诉	39
六、处理顾客投诉的程序	41
1. 接待投诉顾客	41
2. 判定投诉性质	42
3. 调查原因, 确定投诉处理责任	42
4. 提出解决办法	42
5. 责任处罚	43
6. 提出改善对策并整理归类存档	43
七、处理顾客投诉的注意点	43
1. 接待人员要做好心理准备	43
2. 承认顾客投诉的事实, 认真听取意见	44
3. 回复投诉语言要礼貌	45
4. 保持冷静	45
5. 表示同情和歉意	45
6. 感谢顾客的批评指教	46
7. 不转移目标	46
8. 询问顾客对于投诉处理结果的意见	46
八、不同投诉方式处理	47
1. 电话投诉的处理方式	47
2. 书信投诉的处理方式	48
3. 当面投诉的处理方式	48
九、顾客投诉管理	49
1. 什么是顾客投诉行为管理	49

2. 顾客投诉行为管理原则·····	50
3. 顾客投诉行为管理的系统构建·····	52
4. 顾客投诉——商家服务的检测剂·····	55
情景再现 迟到的生日玩具·····	58

第二章 处理顾客投诉应对技巧

一、顾客就是上帝——有效处理顾客投诉的重要性 ·····	65
1. 迅速接待·····	66
2. 仔细聆听，认真记录·····	69
3. 共识解决方法·····	71
4. 及时行动，附加推销·····	71
5. 跟踪服务·····	73
二、处理顾客投诉的沟通技巧 ·····	74
1. 缓和顾客怒火的措辞·····	74
2. 倾听顾客抱怨·····	75
3. 回应顾客的话·····	75
4. 激怒顾客的时候·····	76
5. 无法取得顾客谅解的时候·····	76
6. 当顾客说“叫你的主管出来”的时候·····	76
7. 当顾客说“你看要怎么办”的时候·····	77
8. 选择积极的用词与方式·····	77
9. 善用“我”代替“你”·····	77
10. 其他情况·····	78
三、处理投诉的道歉方式 ·····	79
1. 道歉的忌讳·····	79
2. 正确的道歉方式·····	80
3. 错误的道歉方式·····	81
四、在客户面前维护企业的形象 ·····	82

情景再现 酸奶中的苍蝇	84
-------------------	----

第三章 处理顾客异议的技巧及系统

一、活用不同的价格介绍技巧	89
---------------------	----

1. 先发制人	89
2. 察言观色	90
3. 因时、因地、因人报价	91

二、处理顾客异议的方法	93
-------------------	----

1. 旁敲侧击法	93
2. 转化法	94
3. 反驳法	95
4. 询问法	96
5. 补偿法	97

三、建立顾客投诉意见处理系统	97
----------------------	----

1. 顾客投诉意见处理系统的规划	97
2. 顾客投诉意见处理系统的权责划分	98

情景再现 看不见的沙子	100
-------------------	-----

第四章 危机事件的处理技巧

一、危机事件特点	103
----------------	-----

1. 意外性	103
2. 聚焦性	104
3. 破坏性	104
4. 紧迫性	104

二、正视危机事件的技巧	104
-------------------	-----

1. 直面危机事件	104
-----------------	-----

2. 危机事件应急预案·····	107
三、各类事故应急预案·····	112
1. 火灾·····	112
2. 爆炸·····	114
3. 停电·····	115
4. 停水·····	116
5. 电梯突然停运·····	116
6. 触电伤人·····	117
7. 打架斗殴·····	117
8. 突发病人救助·····	118
9. 踩踏·····	118
四、抓住机遇使危机变良机·····	120
1. 巧妙处理投诉,化腐朽为神奇·····	120
2. 亡羊补牢,未为迟也·····	123
3. 基础工作,永不能忘·····	124
情景再现 抽奖风波·····	125
危机预警,挽回顾客·····	131

第五章 服务现场特殊事件处理技巧

一、通用服务现场18个特殊问题处理办法·····	133
1. 营业时间顾客跌倒,怎么办·····	133
2. 营业时间顾客打架闹事,怎么办·····	134
3. 发现顾客物品遗留,怎么办·····	134
4. 发现儿童找不到大人,怎么办·····	135
5. 顾客在禁烟区吸烟,怎么办·····	135
6. 顾客与店员吵架时,怎么办·····	135
7. 顾客突然生病,怎么办·····	136

8. 发生顾客被盗事件, 怎么办	136
9. 顾客损坏设备或商品, 怎么办	136
10. 遇到精神失常的顾客, 怎么办	137
11. 当顾客抱怨服务太差, 怎么办	137
12. 顾客带狗进入店内时, 怎么办	137
13. 顾客喝着饮料进店时, 怎么办	138
14. 发现顾客私自更换包装盒, 怎么办	138
15. 发现顾客对产品质量产生疑问, 怎么办	138
16. 导购员检查出顾客有“没有付款商品”后, 怎么办	138
17. 发现员工内窃, 怎么办	139
18. 如何处理顾客偷盗行为	140

二、KTV现场18个特殊事件处理 143

1. 如何处理素质低的顾客	143
2. 如何处理喝醉酒到处闹事的顾客	143
3. 如何处理顾客自带酒水、食物	143
4. 顾客或服务员将酒水洒在桌面上, 怎么办	144
5. 打破酒瓶或倒洒酒水在地上, 怎么办	144
6. 顾客在洗手间跌倒或晕倒, 怎么办	144
7. 现假酒, 但酒已打开, 怎么办	144
8. 顾客在房间有不雅动作, 怎么办	145
9. 顾客在营业场内到处走动, 到处张望不消费, 怎么办	145
10. 顾客投诉房间音响效果差, 怎么办	145
11. 开爆啤酒, 怎么办	145
12. 当客人携带手提包及其他物品, 怎么办	146
13. 若客人有不轨动机、行为, 怎么办	146
14. 不小心将酒水洒在客人身上或客人不小心将酒水洒在 服务员身上, 怎么办	146
15. 当客人不满意食物或饮品, 怎么办	146
16. 凡主管以上人员签送食品时, 应怎样向客人表明情况	147

17. 客人损坏公司财物, 怎么办	147
18. 当全部客人离开厅房而未埋单, 怎么办	147
三、超市现场20个特殊事件处理办法	148
1. 对不肯存包的顾客, 怎么办	148
2. 店内没有顾客要买的商品, 怎么办	148
3. 顾客提出的问题无法回答, 怎么办	148
4. 如果上货时不小心撞到顾客, 怎么办	148
5. 顾客购买商品后不满意要退货, 怎么办	149
6. 被顾客辱骂或殴打, 怎么办	149
7. 遇到不讲理的顾客或顾客之间争吵, 怎么办	149
8. 看到顾客随意拆商品外包装并吃东西, 怎么办	149
9. 卖场内商品损坏过多, 怎么办	149
10. 发现顾客在卖场内拿着没有称重的商品, 怎么办	150
11. 收银台前结账顾客排队出现拥挤, 怎么办	150
12. 商品价签与电脑小票的价格不符, 怎么办	150
13. 结款前发现所购商品的附件不全, 怎么办	150
14. 发现多收顾客钱和少收顾客钱, 怎么办	150
15. 结账排队时顾客发火或制造麻烦, 怎么办	151
16. 当顾客不购物却要换零钱时, 怎么办	151
17. 顾客在结款时现金不够, 怎么办	151
18. 购买的商品过了7天退换货期, 顾客不去特约维修站而专门到超市, 怎么办	151
19. 稽核员检查出顾客有商品没有交钱, 怎么办	151
20. 顾客忘记电脑小票, 而出不去检查口, 怎么办	152
四、服装现场9个特殊事件处理	152
1. 顾客将店内商品弄脏, 怎么办	152
2. 顾客对产品价格产生疑问, 怎么办	152
3. 顾客对产品款式产生疑问, 怎么办	152
4. 顾客对产品质量产生疑问, 怎么办	153

5. 顾客退换货品时的接待方法·····	153
6. 顾客退换货品时物品未保持原样, 怎么办·····	153
7. 顾客对商品退换处理意见产生异议, 怎么办·····	154
8. 关于服装损害赔偿的交涉·····	154
9. 发现顾客偷盗衣服, 怎么办·····	155
五、餐饮现场18个特殊事件处理 ·····	157
1. 客人要向服务员敬酒, 怎么办·····	157
2. 遇到伤残人士进餐厅吃饭, 怎么办·····	157
3. 客人来就餐但餐厅已经客满, 怎么办·····	157
4. 用餐的客人急于赶时间, 怎么办·····	157
5. 客人因等菜时间太长, 要求取消点餐, 怎么办·····	158
6. 服务员未听清客人点的菜, 上错了菜, 客人不要, 怎么办·····	158
7. 客人把食物吃完后才投诉, 怎么办·····	158
8. 客人点了菜, 又因有急事不要了, 怎么办·····	159
9. 餐厅即将收档, 但还有客人在用餐, 怎么办·····	159
10. 用餐时客人之间发生争斗, 怎么办 ·····	159
11. 服务过程中不小心打翻托盘, 将酒水洒到客人衣服上, 怎么办 ·····	159
12. 宾客在宴会期间发表讲话, 怎么办 ·····	159
13. 两台客人同时需要服务, 怎么办 ·····	160
14. 客人喝醉酒, 怎么办 ·····	160
15. 开餐时, 小孩在餐厅乱跑, 怎么办 ·····	160
16. 发现客人携带武器入店, 怎么办 ·····	161
17. 遇到客人发生人身事故或病危, 怎么办 ·····	161
18. 发现在店内拍摄营业性影像的人员, 怎么办 ·····	161
情景再现 技巧性处理顾客盗窃 ·····	162

第一章 处理顾客投诉的流程

本章导言

顾客投诉是每一个终端店铺都不可避免会出现的特殊情况，投诉能否得到解决、解决的方法、解决的结果不仅会成为销售的一部分，更会对店铺形象产生深远的影响。因此，我们需要强调这么一个观点：销售并非行至商品卖出去为止，售后服务亦为销售过程的延伸，是重要的销售程序。为此，我们需要了解顾客投诉的原因、分类，以及顾客在投诉时的心理需求，并因地制宜，采取适当的售后服务和处理流程，有效提高店铺的外在形象，以增加店铺的向心力。

一、顾客投诉的分类

1 按投诉的性质分类

顾客投诉按照性质划分，可以分为：有效投诉和沟通性投诉。

(1) 有效投诉：有效投诉有两种情况：顾客对店铺在管理服务、收费、产品质量、维修养护等方面失职、违法、违纪等行为的投诉，并经过有关行业主管部门查实登记的，顾客向服务店铺提出有关的管理或管理人员故意、非故意，或失误造成顾客或公众利益受到损害的投诉。

(2) 沟通性投诉：可分为求助型、咨询型和发泄型。求助型，投诉者有困难或问题需要给予帮助解决的。咨询型，投诉者有问题或建议向管理部门联络了的。发泄型，投诉者带有某种不满，因受委屈或误会等而内心不满，要求把问题给予解决的。沟通性的投诉若处理不当，会变成有效投诉，所以必须认真处理好沟通性投诉。

2 按投诉的内容分类

(1) 需求已满足而产生异议

当顾客对销售人员说“我不需要”或“我已经有了”之类的话时，表明他们在需求方面产生了异议。面对顾客的需求异议，零售店人员应停止对顾客的销售，转换销售对象；如果能判断这只是顾客想摆脱零售店人员的一种托词，销售人员应运用有效的异议化解技巧来排除障碍，从而深入开展零售店销售服务。

(2) 商品质量存在问题而产生的异议

此类异议是指顾客针对零售店商品的质量、性能、规格、品种、花色、包装等方面提出的反对意见，也称为商品异议。这是一种常见的顾客异议，其产生的原因非常复杂，有可能由于商品自身客观存在的不足，也有可能源于顾客自身的主观因素，如顾客的文化素质、知识水平、消费习惯等。此种异议是销售人员面临的一个重大障碍，且一旦形

成就不易说服。

（3）服务方面产生的异议

这类异议的产生是顾客针对购买前一系列服务的具体方式、内容等方面而提出的反对意见。此类异议主要源于顾客自身的消费知识和消费习惯，处理这类异议，关键在于提高服务水平。

（4）由价格方面产生的异议

“你这价格太高了”，这是零售店销售过程当中，经常会遇到的问题。在零售店销售过程中，价格方面的异议是销售人员最常碰到的异议。价格方面的异议是指顾客认为价格过高或价格与价值不符而提出的反对意见。一般来说，顾客在接触到商品后，都会询问其价格，因为价格与顾客的切身利益密切相关，所以对商品的价格最为敏感。即使商品的定价比较合理，顾客仍会抱怨。在顾客看来，讨价还价是天经地义的事。

（5）在购买的时间上产生的异议

一般是指顾客认为现在不是最佳的购买时间，或对销售人员提出的交货时间表示反对的意见。当顾客说“我下次再买吧”之类的话时，表明顾客在这一方面提出了异议。此类异议的真正理由往往不是购买时间，而是价格、质量、付款能力等方面存在的问题。在这种情况下，销售人员应抓住机会，认真分析异议背后真正的原因，并进行说服或主动确定到货的具体时间。除此之外，由于企业生产安排和运输方面的原因，或正处于销售季节，可能无法保证货物的及时供应。在这种情况下，顾客有可能对交货时间提出异议。面对此种异议，销售人员应诚恳地向顾客解释，力图得到顾客的理解。

(6) 对销售人员行为产生的异议

此类异议是指顾客对销售人员的行为提出的反对意见。这种异议往往是由销售人员自身造成的。销售人员态度不好,或自吹自擂,过分夸大商品的好处,或礼貌用语欠佳等,这些都会引起顾客的反感,从而拒绝购买这家零售店的商品。因此,销售人员一定要注意保持良好的仪容仪表,举止得体,并注意自身素质的培养,给顾客留下良好的印象,从而顺利地开展零售店销售与服务工作。

(7) 在进货渠道上产生的异议

此类异议是指顾客对零售店商品的来源提出的反对意见。在零售店的销售过程中,顾客经常会这样说:“你们的商品质量不行,我宁愿去买另一家商场的商品。”这就属于进货渠道方面的异议。消除这类异议,一方面要靠销售人员劝说的技巧,另一方面是经营者要加大广告宣传的力度,把零售店推向市场,让顾客和其他公众了解,树立零售店的良好形象。

(8) 支付能力存在问题而产生的异议

此类异议是指顾客由于无钱购买而提出的反对意见。这种异议往往并不直接地表现出来,而间接地表现为质量方面的异议或进货渠道方面的异议等,销售人员应善于识别。一旦觉察确实存在缺乏支付能力的情况,应停止销售,但态度要和蔼,以免失去其成为未来顾客的机会。

二、顾客投诉心理分析

从顾客气质特征分析,可以把顾客分为四大类:胆汁质型、多血质