



中等职业教育课程改革创新教材

金融事务专业规划教材

金融客户 服务与技巧

陈捷 主编

JINRONG KEHU
FUWU YU JIQIAO



配电子课件



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

中等职业教育课程改革创新教材

金融事务专业规划教材

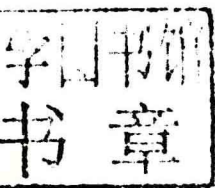
金融客户服务与技巧

丛书主编 何冯虚

主 编 陈 捷

副 主 编 向彩云

参 编 吴 燕 黄华兰



机械工业出版社

本书基于中等职业教育的教学特点,以提供适应中等职业教育金融事务专业毕业生就业岗位必需的职业意识和技能为出发点,着重培养学生的客户服务技能,掌握各项银行客户服务技巧。本书以“做中学、做中教”为理念,在解构传统学科体系及教学方法、教学内容上做了新的尝试:构建以实践能力为本位、以项目课程为主体的模块化课程体系,以实际工作案例和情境体验作为学习方式,同时通过任务引领、知识铺垫、效果评价和巩固拓展等活动环节来营造尽可能真实的金融客户服务的氛围,通过实践学习让学生领悟金融客服的理念,为今后工作作指导。

本书适合中等职业技术学校金融事务专业、会计专业、商贸专业、管理专业等相关理实一体化课程教学。

图书在版编目(CIP)数据

金融客户服务与技巧/陈捷主编. —北京:机械工业出版社, 2013.5
中等职业教育课程改革创新教材 金融事务专业规划教材
ISBN 978-7-111-42573-1

I. ①金… II. ①陈… III. ①金融—商业服务—中等专业学校—教材
IV. ①F830

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 104915 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:宋 华 责任编辑:李 兴

责任校对:刘秀芝 封面设计:马精明

责任印制:杨 曦

北京中兴印刷有限公司印刷

2013 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×260mm·7 印张·170 千字

0001—3000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-42573-1

定价:15.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010)88361066

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010)68326294

机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010)88379649

机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010)88379203

封面无防伪标均为盗版

前言

本书分为八个模块，内容从简单的理论到必备的实践知识都有涉及，力求做到简单实用。

一、本书特点

1. 教学材料设计新颖：在教学中，精心设计教学材料，引导学生完成各个课题。抛弃晦涩难懂的理论，以通俗易懂、简洁直观的文字，辅以实图、表格，穿插小栏目对补充知识、相关资料、小提示进行不同形式的呈现，以吸引学生注意力，提高学习兴趣。力求使学生对教材中不同层次和不同要求的内容达到：知道、明白、牢记；让学生学一点，会一点，用一点。

2. 合作学习的方法贯穿全教材：合作学习是培养学生职业能力和关键能力的有效途径。在教学中配合使用合作学习方法对提高学生能力有良好的效果。本书在模块一中对合作学习的方法进行了手把手的讲授，从分组方法到评价方法进行了详细介绍；在其后的每一个模块中，在进行每一个课题之前均有合作学习的方法提示，并在任务要求中明确提出合作学习的步骤和方法，力求让学生从合作学习中体会职业能力的重要性，为学生走上工作岗位做好应有的铺垫。

二、模块结构特色

1. 模块简介：对本模块学习内容和学习意义进行简要说明。
2. 学习目标：通过本模块学习，希望学生达到的目标。
3. 模块小结：对本模块内容进行概括说明，以突出重点。
4. 巩固练习：通过练习，巩固新知识，方法灵活新颖，具有可操作性。
5. 拓展训练：引导学生拓展视野的内容、途径和方法。

三、课时分配

本书建议安排的总学时为 60 课时，每周 2、3 课时。

项 目	内 容	课 时
模块一	客户服务概述	4
模块二	金融客户服务的仪容技巧	6
模块三	金融客户服务的仪表技巧	10
模块四	金融客户的接待技巧	6
模块五	金融客户的沟通技巧	8
模块六	金融客户电话沟通技巧	8
模块七	金融客户服务投诉应对技巧	8
模块八	银行涉外服务技巧	10
合 计		60

本书由陈捷任主编，向彩云任副主编。各模块的编写分工如下：模块一和模块六由陈捷编写，模块二和模块三由黄华兰编写，模块四和模块五由吴燕编写，模块七和模块八由向彩云编写。

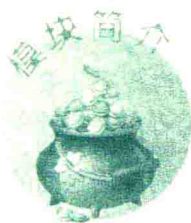
由于编者水平有限，书中难免存在疏漏之处，敬请各位专家、读者批评指正。

编 者

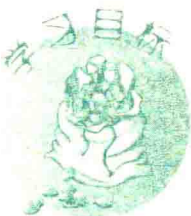
目 录

前言	
模块一 客户服务概述	1
课题一 认知客户服务	1
课题二 明确优质客户服务对于客服人员的意义	5
模块二 金融客户服务的仪容技巧	10
课题一 掌握头部修饰技巧	10
课题二 掌握化妆修饰技巧	15
模块三 金融客户服务的仪表技巧	21
课题一 掌握服饰修饰技巧	21
课题二 掌握仪态修饰技巧	28
课题三 掌握表情修饰技巧	35
模块四 金融客户的接待技巧	41
课题一 学会文明用语	41
课题二 学会礼貌用语	47
课题三 掌握金融行业营业网点接待技巧	50
模块五 金融客户的沟通技巧	55
课题一 掌握沟通的基本类型	55
课题二 掌握沟通中的常规应对技巧	61
模块六 金融客户电话沟通技巧	68
课题一 拨打电话的礼仪	68
课题二 接听电话的礼仪	73
课题三 电话沟通中的常规应对技巧	76
模块七 金融客户服务投诉应对技巧	84
课题一 应对客户投诉的原则	84
课题二 应对客户投诉方法和步骤	88
模块八 银行涉外服务技巧	93
课题一 掌握简单的英语服务口语	93
课题二 掌握主要国家的礼仪和禁忌	100
参考文献	107

模块一 客户服务概述



- 体会客户服务对银行的生存发展至关重要
- 明确客户服务的概念和客服工作对于客服人员自身的意义
- 产生学习金融客户服务知识与技巧的兴趣



- 认知客户服务的定义
- 明确客户服务的意义
- 提高对金融客户服务知识与技巧的学习兴趣

课题一 认知客户服务

◀◀ 课题描述

很多企业及其客户服务人员仅仅把客户看成是消费者，不清楚究竟什么是客户服务。其实客户的角色远不止如此。客户需要的是获得帮助，希望和熟悉业务的人打交道，喜欢和有决策权的人打交道。客户希望以他需要的方式来对待他，希望得到尊重，希望企业能够了解其真正的需求，能让他产生一种获得服务的满足感。因此，只有在真正懂得什么是客户服务的前提下，才能为客户提供更好的服务。

◀◀ 学习目标

认识客户服务，掌握客户服务的定义。

◀◀ 实训准备

开始本门课程之前，先调查了解学生的情况并进行分组，再提出今后课堂活动或实施任务的规则、评价方式，以激励同学们参与到学习中去。

◀◀ 知识准备

一、客户服务的定义

客户服务是指一种以客户为导向，致力于使客户满意并继续购买公司产品或服务的一切活动的统称。客户满意度是指客户体会到的实际“感知”的待遇和“期望”的待遇之间的差距。简单地可以将其理解为：为了能够使企业与客户之间形成一种愉悦亲密的、客户亲身体验的互动，企业所能做的一切工作。

真正的客户服务是根据客户个人的喜好使他满意，使客户感受到自身受重视，他会把这种好感铭刻于心，成为企业的忠诚客户，并为企业带来新的客户。

二、客户服务对企业的意义

美国人霍利斯迪尔曾经是美国旧金山宾馆的一个门童。他在宾馆门口给客人提了几十年的行李，退休以后写了一本书，叫做《顶尖服务》。他在书中提到，虽然客户服务听起来简单，但是要不断地为客户提供高水平、热情周到的服务谈何容易。这是一个客户服务人员对于客户服务的深刻认识。既然做好客户服务如此不易，那么，企业为何还要迎难而上？

1. 优质的客户服务是最好的企业品牌

很多企业最看重的部门是销售，并没有把客户服务放在第一位，客户服务部门在企业里不受重视。他们认为企业的生存要靠盈利，只有销售才能盈利。他们没有认识到客户服务对于一个企业的重大意义。

做广告通常能够在短时间内获取大量的客户，产生大量购买行为。但是客户服务不是短期的，而是长远的。美国某公司董事长大卫·斯坦博格说：“经营企业最便宜的方式是为客户提供最优质的服务，而客户的推荐会给企业带来更多的客户，在这一点上企业根本不用花一分钱。”明智的企业知道如何为本企业树立起良好的口碑，良好的口碑会给企业带来更多的客户。而这种口碑不单是依靠广告做出来的，而是人与人之间、客户与客户之间通过信息的传递带来的。它可以使企业获利，这种获利是企业



图 1-1 布加迪跑车的客户享受顶级定制服务



经营成本最低的一种方式。可以说,优质的客户服务是最好的企业品牌,例如布加迪跑车的客户享受顶级定制服务,完美到每一个细节,用户之间的口碑对于潜在客户具有强大的号召力,如图 1-1 所示。

2. 出色的客户服务会使企业具备更强的竞争力

客户光顾企业是为了得到满意的服务。具有一般竞争力的服务的企业如何才能获得客户青睐,脱颖而出呢?

一般竞争力的服务的概念就是他有你有我也有。具有很强竞争力的服务就是人无我有,人有我强。

要让企业的美名在客户之间传播,就需要客户服务工作更加出色。当你发现竞争对手和你一样的时候,那你就没有了竞争优势。近年来我国速递业务发展迅猛,各家速递公司均设有电话客服人员,但服务水平参差不齐,企业应在服务质量方面下工夫,为客户提供高质量的专业服务,形成独有的竞争力,如图 1-2 所示。



图 1-2 保险公司的电话客服人员

案例



透视海尔的售后服务

在产品同质化日益严重的今天,售后服务作为销售工作的一部分已经成为众厂家和商家争夺消费者的重要手段。良好的售后服务是下一次销售前最好的促销,是提升消费者满意度和忠诚度的主要方式,是树立企业口碑和传播企业形象的重要途径,在这方面海尔无疑是做得最出色的,也是做得最早的。海尔品牌因此也变得家喻户晓,如图 1-3 所示。

海尔在售后服务方面积累了大量实践经验,再加以科学合理的改进,其服务模式已经成熟稳定,得到了消费者的认可,也是众多企业竞相模仿的对象之一。眼下国内众多企业学习海尔服务模式容易,但是学会海尔服务的精髓难,况且海尔一直在不断改进,跟在海尔后面学习只能亦步亦趋,永远落后海尔。



图 1-3 海尔兄弟家喻户晓

3. 良好的客户服务为企业树立正面的口碑

一般情况下,大多数人都不愿意冒险尝试新事物,这是由于人的性格决定的。例如当你打算去旅游、住店、吃饭等,一般会首先找亲友去了解。亲友们的意见会极大影响最终的选择结果。因此,良好的口碑对企业发展新客户至关重要。

口碑是用户或亲友之间对某企业产品或服务的认可或抱怨。这是由老客户或潜在客户

之间自发形成的一种口头广告，也是最有力的广告。

温馨提示：

满意的客户口中的一句表扬
之词远远胜过描述产品性能的
一千个词。

有一则广告词是：“新客天天有，老客天天来。”实际上说的就是潜在客户与老客户。服务品牌树立一种良好的口碑能够带来滚滚财源。曾有专家估计，开发新客户比服务老客户需要多花五倍的时间、金钱与精力。老客户是主要的利润来源，而良好的服务口碑是留住老客户，带来新客户的最有效的途径，如图 1-4 所示。



图 1-4 周到的客户服务将赢得良好的服务口碑

技能训练

一、将学生进行分组，阐述自己对客户服务概念的理解。

1. 以下哪些行为属于客户服务内容？

- A. 见到客户主动打招呼
- B. 向客户询问产品的使用情况
- C. 向客户介绍产品性能时只讲优点，回避缺点
- D. 以便宜的价格吸引客户，促使他购买产品而不管他是否有真实的需求



- E. 根据客户的需求介绍产品的性能特点，恰当地选购商品
2. 用你的亲身经验阐述客户服务的概念。

二、你认为企业里面下列部门哪些更重要？请按重要程度依次排序并解释原因。

生产部门 人事部门 市场营销 财务管理 质量监察 客户服务 研究开发

三、你认为下列哪些是专业客户服务给企业带来的好处？为什么？

带来回头客 扩大市场占有率 降低成本 稳定客户源
增加销售额 吸引潜在客户 口碑比较好

◀◀ 巩固练习

请同学们写下自己对客户服务的感悟与理解。

课题二 明确优质客户服务对于客服人员的意义

◀◀ 课题描述

优质客户服务对企业来说也许很重要，但与员工个人有关系吗？很多客户服务人员都有一种感觉，认为提升客户服务质量对于企业来说很重要，而与自己无关。例如，做好销售工作能给员工个人带来直接的好处，如增加收入，晋升职位；而很多从事客户服务工作的员工，他们的服务好坏与自己的收入高低并没有很大的关系，从而导致企业客户服务水平乏善可陈。这个局面是由于客户服务人员自身对客户服务的认识不同造成的。如果一个企业的所有客户服务人员对于自己的工作都认为没有什么价值和意义，那就不可能在这个岗位上投入自己的精力和热情，不可能真诚地对待客户。

◀◀ 课题目标

明确优质服务对客服人员自身的重要性。

◀◀ 实训准备

1. 将学生分为两组，各自前往两家银行营业网点进行实践体验。调查内容：从进入银行大门开始，观察银行的员工接待客户时的表现，然后填写表 1-1。

表 1-1 银行客服调研表

角 色	服 装	仪 容	表 情	仪 态	语 言
大堂经理					
个人客户经理					
对公客户经理					
临柜柜员					

2. 调查接受后对比分析两家银行客服质量与水平差异，谈一谈自己的感受和改进建议。

◀◀ 知识准备

优质客户服务对客服人员的意义

优质客户服务对企业的重要性不言而喻，客服人员作为企业的一分子，是优质客户服务的实施者，承担者和提供者，与企业的生存发展息息相关，因此优质客户服务对于企业的客服人员职业发展具有重要意义。

1. 优质客户服务有利于客服人员对工作产生自豪感

当客户服务人员的工作做得尽善尽美，就会得到别人的尊重。这些来自于同事、企业和客户的肯定会使员工对工作产生一种自豪感和热爱之情，会激励员工更出色地做好这份工作，如图 1-5 所示。



图 1-5 客服人员正在服务

因此，作为企业的管理者，首先需要考虑通过哪些方式让员工认识和感受到，为客户提供优质的客户服务对其自身能够带来正面和积极的影响。

2. 优质客户服务有利于客服人员积累从业经验

客户服务现已在全球成为一个重要的新兴产业。过去的企业更看重销售人员的技能与业绩，但如今，很多企业不再只简单依靠产品去赢得客户，而是依靠优质完善的服务去赢得客户。

实际上，优秀的客户服务人员，对于企业的作用与优秀的销售人员同样重要。因为客户服务需要很多的技巧和经验。这种经验的累积，可以为客服人员未来的发展打下良好的基础，如图 1-6 所示。

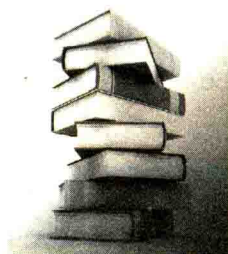


图 1-6 经验的积累是最宝贵的财富

3. 优质客户服务有利于客服人员提升自我素质和个人修养

为了有效地处理客户的投诉，需要一定的技巧。有效地处理投诉对于提升个人的自我修养是非常有效的一种途径。尤其是客服人员在处理一些重大投诉时，客户往往很生气，表现得着急，情绪也很不稳定，言语中难免火药味十足。客服人员应想办法让客户的心情平静下来，化愤怒为理智。在这个过程中，客服人员的个人修养就会逐渐提升。实践证明，优秀的客服人员往往具备极高的个人素养。

4. 优质客户服务有利于人际关系及沟通能力的提升

客户服务工作是一项直接与人打交道的工作，需要具备非常良好的沟通技巧。这种沟通技巧相比销售差别很大。销售沟通有时很简单，而客户服务涉及的沟通技巧可能复杂得多。很多时候，客户服务人员并不能解决客户的问题，或者说不能百分之百地满足客户所有要求。做好客户服务工作并不意味着毫无原则地完全满足客户，而在于通过沟通，怎么能解决客户的问题，让客户心平气和地接受合理的补偿。这就需要客户服务人员通过不断累积的、高超的沟通技巧和丰富经验，有效化解客户与企业之间的矛盾。

◀◀ 技能训练

判断表 1-2 中有关优质客户服务的认知的正误。

表 1-2 客户服务的认知

客户服务的认知	对	错
1. 接待客户通常比做一般的技术工作更有趣		
2. 提升人际交往技巧有助于改善自己的为人		
3. 尽可能地提供优质客户服务是一种持续性挑战，不会感到工作乏味		
4. 有些企业对于客户服务不是很看重，因此这项工作很轻松		
5. 提供优质客户服务只需要耐心、热情，因此很简单		
6. 优质客户服务技巧的应用比应用技巧的态度更为重要		
7. 优质的客户服务可以使人养成优雅的气质		
8. 学习把客户当做特殊人物对待对未来的工作有帮助		
9. 优质的客户服务带来良好的工作保证和提升的机会		
10. 学习客户服务的知识技能比赚钱更重要		

◀◀ 效果评价

根据训练成果，完成以下课题评价表（见表 1-3）。

表 1-3 客户服务认知课题评价表

		合计得分_____
考核项目	考核标准	得分/分
职业素养（20 分）	1. 按时出勤，课堂表现好（10 分）	
	2. 仪容仪表标准（10 分）	
关键能力（60 分）	1. 认真进行调查（10 分）	
	2. 认真参与练习（10 分）	
	3. 有书面的报告或作业（10 分）	
	4. 在报告或作业中观点明确（5 分）	
	5. 在报告或作业中说明充分（10 分）	
	6. 具备良好的团队合作精神（10 分）	
	7. 具备一定的组织协调能力（5 分）	
知识技能（20 分）	能够对客户服务有正确认识（20 分）	
心得体会		

◀◀ 巩固练习

1. 走进肯德基、麦当劳餐厅，你会在一些显著位置发现贴有员工的照片和简要的文字介绍。请问为什么？

2. 什么样的员工才会被贴出来？

3. 这样做的目的是什么？

4. 你认为这样做好不好？你有何建议？



◀◀ 拓展训练

了解海尔集团的发展历史，收集相关客户服务的案例。

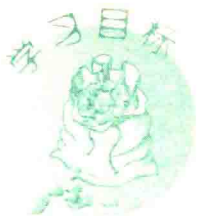
◀◀ 模块小结

本模块主要讲解了客户服务的概念，阐述了优质客户服务对于客户服务人员的意义。这部分内容在整个课程当中很重要，因为这是学习好客户服务知识的基础，是做好客户服务工作的动力来源之一。

模块二 金融客户服务的仪容技巧



- 清新、端正的仪容和恰当自然的修饰是对银行从业人员仪容的基本要求
- 本模块主要学习头部和面部修饰和化妆的注意事项与技巧



- 掌握头部和面部的修饰技巧，注意自己仪容的干净整洁，选择适当发型
- 通过仪容规范训练，提高学生的文化修养、审美水平
- 培养学生严谨的职业态度

课题一 掌握头部修饰技巧

◀◀ 课题描述

在日趋激烈的银行服务竞争中，除了银行硬件设施与产品本身之外，几乎所有银行都十分注重自身形象给顾客的印象。而银行职员的个人仪容是关注的焦点，也是银行整体形象的直接体现。因此，作为银行职员，必须保持良好的个人仪容。

◀◀ 学习目标

在日常的人际沟通中，个人形象会直接影响别人对你的口碑。好形象有助于你与客户沟通，增加成功的机会。进行本内容的学习，希望达到如下目标：

1. 了解仪容的含义，能说出银行职员仪容要求的规范。



2. 了解银行从业人员的发型要求, 选择适当发型。
3. 建立正确的审美观, 时刻注意保持良好的形象。

◀◀ 实训准备

一、实训人员组织

全班按每组 4~6 人自由分组, 自行确定各组组长; 组长带领组员进行实训并以组为单位相互评分。

二、实训时间安排

本实训安排 2 课时。

◀◀ 知识准备

仪容是指一个人的外貌。在银行员工面对服务对象时, 任何人都无法回避个人外貌给顾客留下的印象, 这种印象有时候甚至会产生举足轻重的作用。因此, 银行职员应当懂得对自身形象的维护。

银行职员在维护和修饰个人的仪容仪表时要遵从规范 and 标准, 以良好的仪容在工作岗位上示人, 会获得他人更多的信任和好感, 服务工作也会更加得心应手。银行职员只有在工作岗位上给顾客留下良好的第一印象, 才能在具体的服务过程中迈出优质服务的第一步。

个人修饰仪容时, 应当引起注意的通常有头发、面部、妆容等方面。

一、头发修饰

头发为人体之冠, 发型可以反映出一个人的文化修养、审美水平和精神状态, 是一个人气质的主要体现。成为一名优秀的银行工作人员, 首先要从“头”做起。根据金融服务礼仪的规范, 银行职员在进行个人头发修饰时, 应注意以下几个问题:

1. 保持头发整洁

对任何人而言, 在人际交往中能否保持头发的干净整洁, 将会直接影响到他人对自己的评价。一头乱糟糟的头发会给客户带来工作和思维无条理的印象, 没有人会放心地把自己的钱财交给一个连自己的头发都理不清的人打理。为了树立和维护自身健康积极的职业形象, 银行职员必须自觉主动地对自己的头发进行清洁、修剪和梳理。

(1) 定期清洁头发。一般情况下, 银行职员每周至少应当对自己的头发清洗两三次; 若条件允许最好是每天清洗一次。

(2) 及时修剪头发。与清洁头发一样, 头发的修剪应定期进行。通常应当每半个月左右

修剪一次，至少要每月修剪一次。

(3) 适时梳理头发。所谓适时梳理就是要做到：“三必梳”、“三不宜”。三必梳包括出门上班前，换装上岗时以及摘下帽子后。三不宜包括在公众场合梳理头发，直接用手梳理头发，将断发随地丢。

2. 选择合适的发型

发型对于一个人整体形象的塑造非常重要，这是因为头部会首先被人注意到，直接影响别人对你的印象，发型也被称为“第二张面孔”。发型多种多样，但从银行服务的工作性质出发，员工在发型设计和选择上应遵循职业要求，总体而言头发长度适中，不能过短或过长，并且男性与女性又各有不同的要求。

(1) 男性员工发型：一般长约 5~7 厘米，前发不超过额头，后发不能触及衣领，两侧头发不能盖住耳朵。绝对不允许男性员工在工作之时长发披肩或梳发辫，一般也不允许剃光头。男性员工发型如图 2-1 所示。

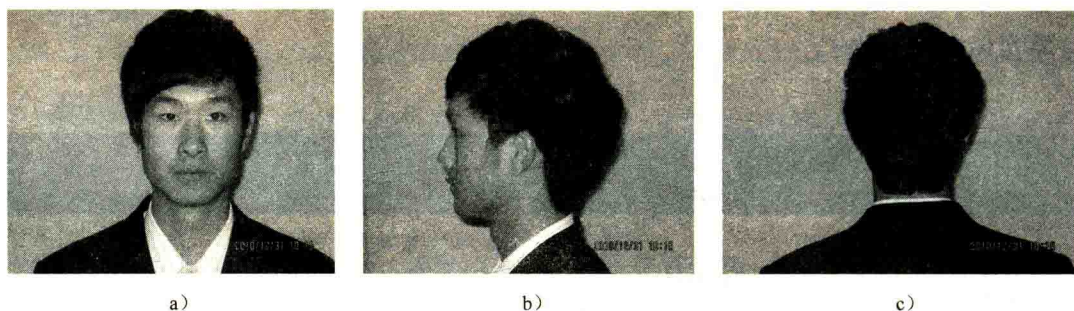


图 2-1 男性员工发型示意图

a) 发型正面 b) 发型侧面 c) 发型背面

(2) 女性员工短发发型：长不触及肩部，刘海不遮眉毛，工作时应将两侧头发放在耳后。

(3) 女性员工长发发型：在工作时应将长发盘起，低盘头，先用黑色皮筋固定，再用发夹、发网将盘起头发网住，并用手整理发网，使整个发网撑起显得饱满圆润、美观，如图 2-2 所示。

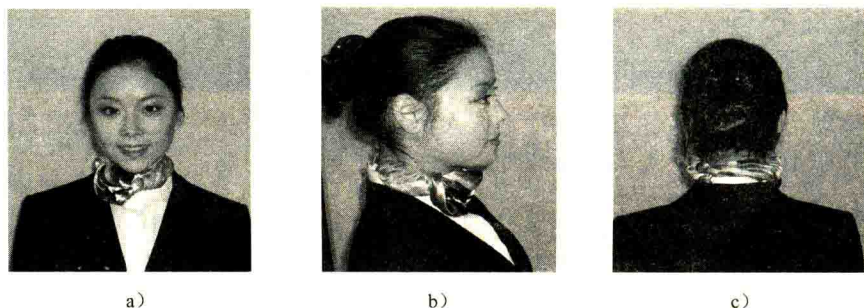


图 2-2 女性员工长发发型示意图

a) 发型正面 b) 发型侧面 c) 发型背面

二、面部修饰

在人际交往中，人们首先注意到的是人的面部。银行职员要认识到个人面部洁净的重要