

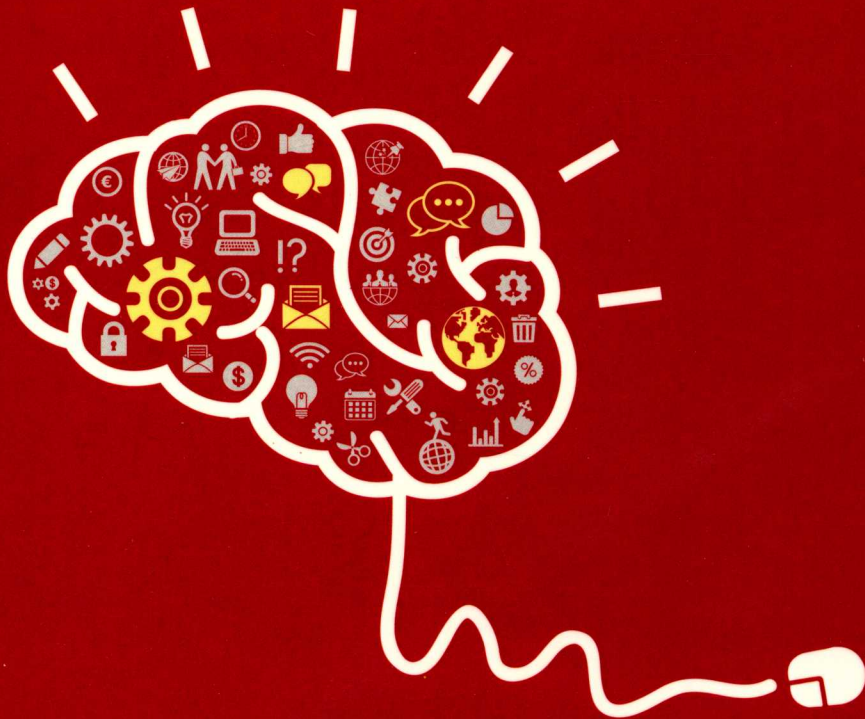
天下网商
GLOBAL E-BUSINESSMEN

阿里巴巴旗下天下网商

图说电商

客户、客服和团队

天下网商 图媒体 编著



中国工信出版集团



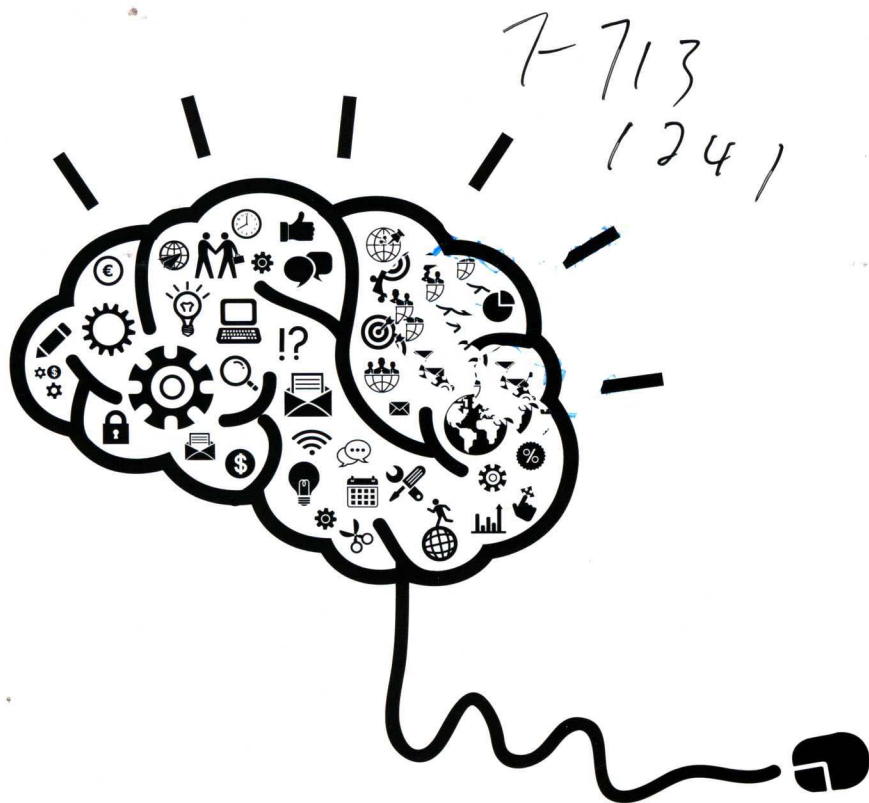
電子工業出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
E-mail: info@phei.com.cn www.phei.com.cn

图说电商

客户、客服和团队

天下网商 图媒体 编著



電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内容简介

图媒体,天下网商旗下视觉星知识媒体,上线于2011年9月。图媒体以信息图、动画为载体,解读电商行业的新闻资讯,透析商业背后的数据秘密,实现可读性强的干货实操,致力于创作更轻松电商洞察体验。涉及电商的商品规划、运营基础、数据应用、客户体验、搜索流量转化率、团队管理、店铺装修等方面。

这次受邀于电子工业出版社的邀请,针对电商当前的热点需求分析,介绍主流电子商务环境下的基础平台操作及推广运营工具的使用,内容涵盖电商运营最关键的三要素:人、货、厂。

本书为电商运营最关键的三要素:人、货、厂中的“人”(客户)。内容涵盖:客户(从客户关系管理到做好客户体验的八大细节,详细描写应对客户的方法)、客服(从做淘宝涉及到的知识到双11期间如何应对大量买家的方法)、客户关系管理CRM、团队(团队的组织框架及详细的运营方法)。四个方面相辅相成,定会帮助你快速掌握“人”的管理。

本书适合于网店店主、懂网络、想创业、对电商运营感兴趣的人群。

由于版面有限,部分图片若阅读吃力,请到我们官方阅读。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权所有,侵权必究。

图说电商·客户、客服和团队 / 天下网商图媒体编著. -- 北京:电子工业出版社, 2016.3

ISBN 978-7-121-28000-9

I. ①图… II. ①天… III. ①电子商务-商业服务 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第321384号

责任编辑:田 蕾

文字编辑:邹家林

印 刷:中国电影出版社印刷厂

装 订:中国电影出版社印刷厂

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

开 本:889×1194 1/24 印张:4.75 字数:114千字

版 次:2016年3月第1版

印 次:2016年3月第1次印刷

定 价:59.80元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

目录

第一章 客户

- 客户关系管理思维导图 / 008
- 11种用户,你如何应对? / 011
- 电商“粘住”消费者的18个思维方法 / 015
- 强关系 / 018
- 大促宣导如何唤醒客户 / 022
- 大促后如何做好客户数据沉淀? / 025
- 消费者八大常见购买动机 / 028
- 每个客户都想要的十样东西 / 031
- 千牛:你被淘宝“坐”牢了吗 / 035
- 用户体验的那些事儿 / 038
- 用户体验要素 / 039
- 做淘宝要掌握的知识清单(用户体验篇) / 041
- 做好客户体验的八大细节 / 044

第二章 客服

做淘宝要掌握的知识清单(客服篇) / 048

客服工作流程图 / 051

在线客服 / 055

店铺如何个性化订单催付? / 060

“双11”当天11招客服应急术 / 064

【备战双11】客服如何列阵迎客? / 070

第三章 客户关系管理CRM

淘宝天猫CRM体系思维导图 / 078

图知晓CRM演变历程 / 079

成也CRM,败也CRM / 081

CRM:会员转化率提升攻略 / 086

维护VIP顾客的方法和优劣势 / 093

第四章 团队

做淘宝天猫要招哪些职位？ / 102

电商经理人需必备的智能 / 104

运营部组织框架图 / 106

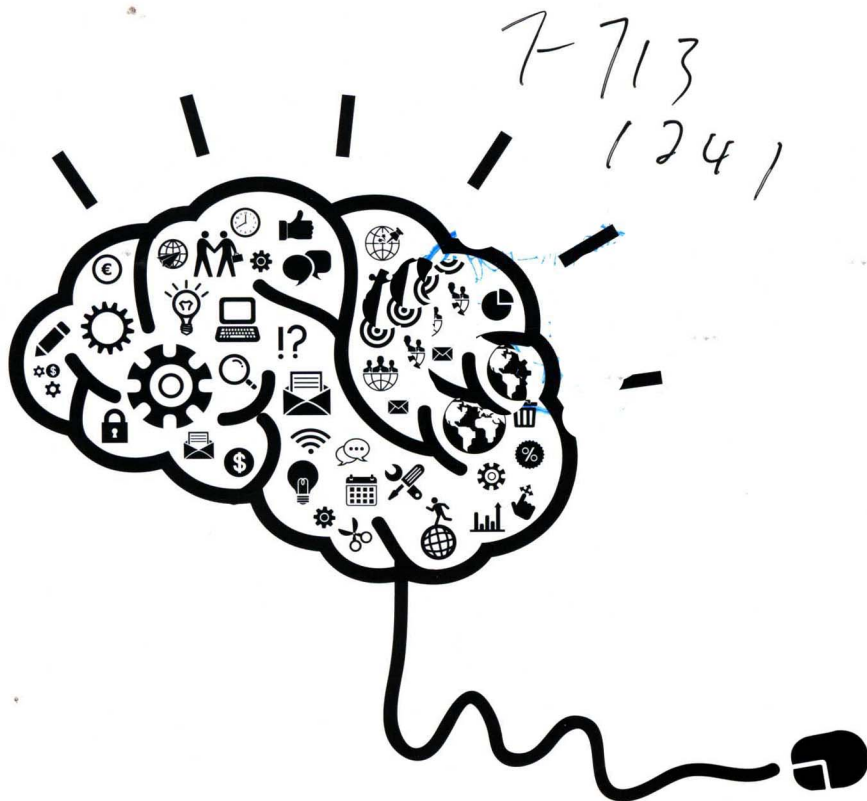
各电商岗位员工考核关键词 / 108

13人电商运营团队的组织架构图 / 110

图说电商

客户、客服和团队

天下网商 图媒体 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

目录

第一章 客户

客户关系管理思维导图 / 008

11种用户,你如何应对? / 011

电商“粘住”消费者的18个思维方法 / 015

强关系 / 018

大促宣导如何唤醒客户 / 022

大促后如何做好客户数据沉淀? / 025

消费者八大常见购买动机 / 028

每个客户都想要的十样东西 / 031

千牛:你被淘宝“坐”牢了吗 / 035

用户体验的那些事儿 / 038

用户体验要素 / 039

做淘宝要掌握的知识清单(用户体验篇) / 041

做好客户体验的八大细节 / 044

第二章 客服

做淘宝要掌握的知识清单(客服篇) / 048

客服工作流程图 / 051

在线客服 / 055

店铺如何个性化订单催付? / 060

“双11”当天11招客服应急术 / 064

【备战双11】客服如何列阵迎客? / 070

第三章 客户关系管理CRM

淘宝天猫CRM体系思维导图 / 078

图知晓CRM演变历程 / 079

成也CRM, 败也CRM / 081

CRM: 会员转化率提升攻略 / 086

维护VIP顾客的方法和优劣势 / 093

第四章 团队

做淘宝天猫要招哪些职位？ / 102

电商经理人需必备的智能 / 104

运营部组织框架图 / 106

各电商岗位员工考核关键词 / 108

13人电商运营团队的组织架构图 / 110



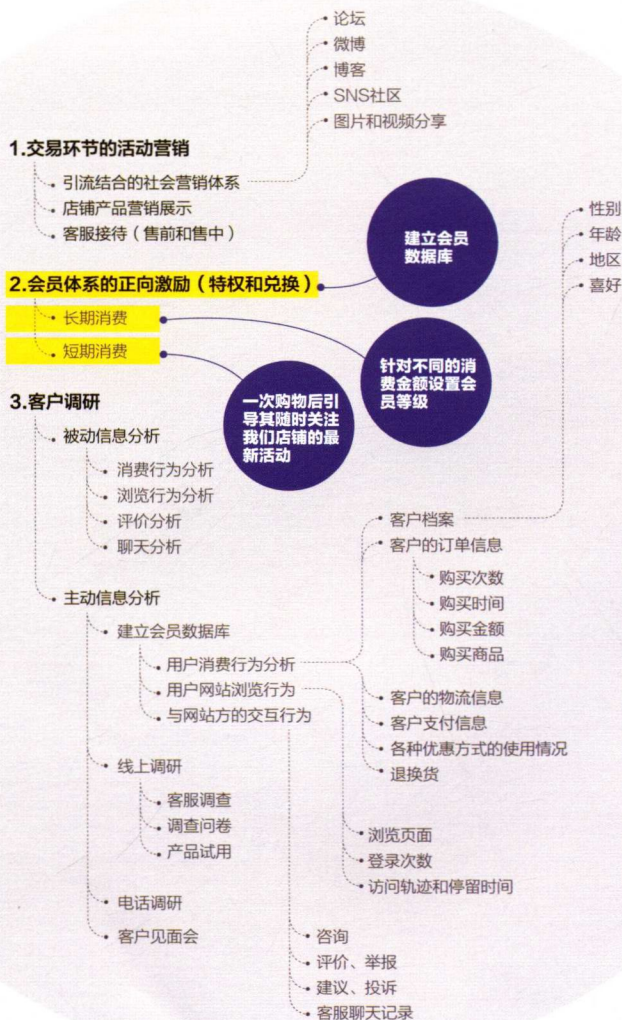
第一章

客户



客户关系管理思维导图

都说客户是上帝，所以客户关系管理是企业中最重要的管理环节，但往往很多公司都不知道怎么管理自己的客户。



潜在客户



睡眠客户

沉默客户

流失客户

1.交易环节的活动营销

- 社会化营销体系
- 店铺产品营销展示
- 客服接待（售前和售中）
- 包裹环节
- 客户售后处理环节
 - 接待环节
 - 跟踪、处理环节
- 有结果售后
- 无结果售后
- 售后成本合计

2.会员体系的正向激励（制订会员特权等相关优惠）

- 长期消费
- 短期消费

节日期间联系客户并促其购买欲望

3.定期沟通计划

- 服务型沟通
- 营销型沟通

4.客户调研

定期联系客户收集客户建议并从中分析客户流失的原因

了解客户需求

节日期间联系客户并促进二次销售

定期推出店内的促销活动并通知客户

通过收集意见引导客户并告知我们的最新活动