

客户服务管理 工具大全

洪冬星 编著

多维度

全方位

提供

操作工具应用范例

具体事项解决工具



[附赠光盘]

- 27 个客户服务岗位职责
- 69 个客户服务工作流程
- 46 套客户服务管理制度
- 73 份客户服务管理图表
- 41 个客户服务管理方案
- 15 个客户服务文书范例
- 140 个客服业务分析工具

弗布克管理工具库系列

客户服务管理 工具大全

洪冬星 编著

人民邮电出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

客户服务管理工具大全 / 洪冬星编著. —北京:
人民邮电出版社, 2014. 2
(弗布克管理工具库系列)
ISBN 978-7-115-34413-7

I. ①客… II. ①洪… III. ①企业管理—销售服务
IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 005649 号

内 容 提 要

本书从岗位职责、工作流程、管理制度、管理图表、管理模型、管理方案、管理案例、文书合同、总结报告九大维度出发, 详细介绍了客户信息管理、客户信用管理、客户关系管理、大客户管理、客户服务礼仪规范管理、售前售中服务管理、售后服务管理、客户投诉管理、客户服务质量管理等方面的内容, 提供了 410 个实用范例, 构建了一套完整的客户服务管理工具体系。本书具有很强的可操作性, 是客户服务管理工作人员的案头必备工具书。

本书适合企业各级管理人员、一线客户服务管理工作人员以及企业培训师阅读、使用。

-
- ◆ 编 著 洪冬星
责任编辑 刘 盈
责任印制 杨林杰
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京圣夫亚美印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787 × 1092 1/16
印张: 43 2014 年 2 月第 1 版
字数: 300 千字 2014 年 2 月北京第 1 次印刷

定 价: 99.00 元 (附光盘)

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

“弗布克管理工具库系列”序

这是一套“拿来即用、即改即用、方便套用”的工具书！

这是一套帮助企业构建“制度化、流程化、规范化、工具化”的工具书！

这是一套“推进企业规范化管理、提高企业规范化运作、建立企业规范化管理体系”的整体解决方案书！

企业的发展史就是一部从小到大、从不规范到规范的历史。每一位管理者都希望自己的企业规范化经营，有序化运转，管理有制度，管事有流程，操作有工具。

只有企业整体上建立了完整的规范化管理体系、制定了健全的制度、梳理了工作的流程、选用了适合的执行工具，所有员工才会各司其职，所有部门才会协调统一，企业才有可能实现有序化的运转和规范化的经营。

“弗布克管理工具库系列”图书从岗位职责、工作流程、管理制度、管理图表、管理模型、管理方案、管理案例、文书合同、总结报告九大维度出发，构建了一套“新、全、细”的管理工具体系，为企业推进规范化管理提供了可套用、可借鉴的工具体系，从而有助于企业持续达成高效能运转的目标。

从规模和内容设计上看，“弗布克管理工具库系列”图书包括了企业管理的十一个大的事项，涉及了五个具体的行业，详细内容如下所述。

1. 十一大事项的管理工具大全

“弗布克管理工具库系列”图书涉及市场营销管理、客户服务管理、人力资源管理、培训管理、行政办公管理、财务会计管理、成本费用管理、生产管理、项目管理、量化管理、管理能力测评十一大事项，上述各职能领域的管理人员或工作人员在日常工作中所需的工具大多数都可以从本系列图书中找到范例。

2. 五大行业的管理工具大全

“弗布克管理工具库系列”图书把上述工具体系置入工厂管理、物流管理、房地产管理、物业管理、酒店管理五个不同的行业，进一步向读者展示了这一工具体系在不同行业的应用情况，并提供了大量针对具体行业的模板、范例。

“弗布克管理工具库系列”图书编选的都是企业常用的工具范例，以“文字+图表+模板”的表现形式，将岗位职责条理化、工作事项流程化、枯燥文字图表化、抽象知识模型化、管理事项指标化、文书范例模板化，企业各级管理人员和工作人员可以直接仿照这些工具范例制定、完善本企业或本职能领域的规章制度、方案文书、图表模型等。

前 言

这是一本包括了 410 个实用范例的工具书。

这是一本企业各级管理人员和客户服务工作人员的案头必备工具书。

《客户服务管理工具大全》是“弗布克管理工具库系列”图书中的一本。本书突破了同类图书简单罗列各类工具的局限，从岗位职责、工作流程、管理制度、管理图表、管理模型、管理方案、管理案例、文书合同、总结报告九大维度出发，系统地构建了客户服务管理工具体系，是一本“新、全、细”且具有较强操作性的客户服务管理工具大全。

本书共分为 15 章，首先向读者介绍了管理工具体系的设计思路，然后分别介绍了客户服务管理工作所涉及的各项工具。

1. 创新性地给出了客户服务管理工具体系的设计思路

本书从客户服务管理工具体系的九大维度出发，介绍了每个管理工具的设计思路，为客户服务管理工具体系的设计工作提供了操作指南。

2. 全方位地构建了客户服务的业务管理工具体系

针对客户服务组织管理、客户信息管理、客户信用管理、客户关系管理、大客户管理、客户服务礼仪规范管理、售前售中服务管理、售后服务管理、客户投诉管理、客户服务质量管理、呼叫中心管理、电子商务网络客服管理、CRM 系统管理、客户服务人员管理等工作事项，本书详细介绍了这些工作中常用的流程、制度、图表、模型、方案、合同、总结、汇报等 255 个工具范例。

3. 多角度设计了客户服务组织管理工具体系

本书不仅按职能细致地梳理了 24 个客户服务岗位的具体职责，还针对不同行业客户服务工作的特点，详细介绍了商场超市客服、银行证券业客服、物流服务业客服的岗位职责，多角度、多侧面地满足不同行业的客户服务管理工作需求。

4. 重点建设 CRM 系统管理工具体系

本书着重针对 CRM 系统的构建、设计、应用业务设计了 11 个工具范例，其中，针对企业难以控制的 CRM 系统的应用，本书也设计了相应的管理工具，从而为企业客户服务的管理人员提供了一套“拿来即用”的工具体系。

总之，本书涵盖了客户服务管理工作中出现的所有问题和细节，书中设计的工作流程、管理制度、管理方案、管理表格、文书范例具有系统性、操作性、通用性的特点，客户服务管理人员可以“拿来即用”或“稍改即用”。

在本书的编写过程中，孙立宏、刘伟、王淑燕、刘井学、程富建、孙宗豹负责资料的

收集和整理工作，郑超荣、王峰锐、王玉凤、王建霞负责数字图表的编排工作，赵全梅、张瀛负责编写了本书的第1章，金成哲、黄成日、韩伟静负责编写了本书的第2章，杨化狄、李作学、齐艳霞负责编写了本书的第3章，张成银、程淑丽、王德敏负责编写了本书的第4章，杨雪、王胜会负责编写了本书的第5章，滕晓丽、毕汪峰负责编写了本书的第6章，孟庆华、韩庆龄、韩建国负责编写了本书的第7章，罗辉、王琴负责编写了本书的第8章，王兰会、么秀杰、刘柏华负责编写了本书的第9章，滕晓丽、严刘建、王琴负责编写了本书的第10章，李育蔚、王海燕负责编写了本书的第11章，高玉卓、李金山负责编写了本书的第12章，权锡哲、金虎男负责编写了本书的第13章，杨茜、毕春月负责编写了本书的第14章，姚小凤、刘俊敏负责编写了本书的第15章，全书由洪冬星统撰定稿。

《客户服务管理工具大全》

编读互动信息卡

亲爱的读者：

感谢您购买本书。只要您以以下三种方式之一成为普华公司的会员，即可免费获得普华每月新书信息快递，在线订购图书或向我们邮购图书时可获得免付图书邮寄费的优惠：①详细填写本卡并以传真（复印有效）或邮寄返回给我们；②登录普华公司官网注册成为普华会员；③关注微博：@普华文化（新浪微博）。会员单笔订购金额满300元，可免费获赠普华当月新书一本。

哪些因素促使您购买本书（可多选）

- | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| <input type="radio"/> 本书摆放在书店显著位置 | <input type="radio"/> 封面推荐 | <input type="radio"/> 书名 |
| <input type="radio"/> 作者及出版社 | <input type="radio"/> 封面设计及版式 | <input type="radio"/> 媒体书评 |
| <input type="radio"/> 前言 | <input type="radio"/> 内容 | <input type="radio"/> 价格 |
| <input type="radio"/> 其他（ | | ） |

您最近三个月购买的其他经济管理类图书有

- | | | | |
|------|---|------|---|
| 1. 《 | 》 | 2. 《 | 》 |
| 3. 《 | 》 | 4. 《 | 》 |

您还希望我们提供的服务有

- | | | |
|------------|---------|---|
| 1. 作者讲座或培训 | 2. 附赠光盘 | |
| 3. 新书信息 | 4. 其他（ | ） |

请附阁下资料，便于我们向您提供图书信息

姓 名	联系电话	职 务
电子邮箱	工作单位	
地 址		

地 址：北京市丰台区成寿寺路11号邮电出版大厦1108室
北京普华文化发展有限公司（100164）

传 真：010-81055644

读者热线：010-81055656

编辑邮箱：liuying@puhuabook.com

投稿邮箱：puhua111@126.com，或请登录普华官网“作者投稿专区”。

投稿热线：010-81055633

购书电话：010-81055656

媒体及活动联系电话：010-81055656

邮件地址：hanjuan@puhuabook.com

普华官网：<http://www.puhuabook.com.cn>

博 客：<http://blog.sina.com.cn/u/1812635437>

新浪微博：@普华文化（关注微博，免费订阅普华每月新书信息速递）

目 录

第 1 章 各种实用工具的设计	1
1.1 岗位职责设计	3
1.1.1 组织结构设计	3
1.1.2 部门职责设计	6
1.1.3 岗位责任设计	7
1.1.4 岗位职责描述	8
1.2 工作流程设计	10
1.2.1 如何设计流程	10
1.2.2 管理流程设计	14
1.2.3 业务流程设计	17
1.3 管理制度设计	18
1.3.1 制度设计流程	18
1.3.2 制度设计规范	24
1.3.3 制度结构形式	25
1.3.4 制度名称拟订	26
1.3.5 制度总则设计	26
1.3.6 制度正文设计	27
1.3.7 制度附则设计	28
1.3.8 制度附件设计	28
1.3.9 制度修订修正	28
1.4 管理图表模型设计	30
1.4.1 图表的作用	30
1.4.2 设计的原则	30
1.4.3 图表的形式	30

1.4.4	表格的绘制	31
1.4.5	图形的设计	32
1.4.6	模型的设计	34
1.5	管理方案文书设计	34
1.5.1	管理方案设计	34
1.5.2	业务文书设计	36
1.6	工作总结报告设计	39
1.6.1	工作总结设计	39
1.6.2	工作报告设计	41
第2章	客户服务组织管理工具	43
2.1	客户服务部常设岗位职责	45
2.1.1	客户服务总监岗位职责	45
2.1.2	客户服务经理岗位职责	46
2.1.3	客户关系主管岗位职责	47
2.1.4	客户投诉主管岗位职责	48
2.1.5	客户信息主管岗位职责	49
2.1.6	客户关系专员岗位职责	50
2.1.7	客户投诉专员岗位职责	51
2.1.8	客户信息专员岗位职责	52
2.2	售后服务部常设岗位职责	53
2.2.1	售后服务经理岗位职责	53
2.2.2	售后服务主管岗位职责	54
2.2.3	售后服务专员岗位职责	55
2.2.4	售后安装人员岗位职责	56
2.2.5	售后维修人员岗位职责	57
2.3	大客户部常设岗位职责	58
2.3.1	大客户经理岗位职责	58
2.3.2	大客户顾问岗位职责	59
2.3.3	大客户主管岗位职责	60

2.3.4 大客户专员岗位职责	61
2.4 呼叫中心常设岗位职责	62
2.4.1 呼叫中心运营总监岗位职责	62
2.4.2 呼叫中心经理岗位职责	63
2.4.3 呼叫中心呼入主管岗位职责	64
2.4.4 呼叫中心呼出主管岗位职责	65
2.4.5 呼叫中心质检员岗位职责	66
2.4.6 呼叫中心组长岗位职责	67
2.4.7 呼叫中心坐席员岗位职责	68
2.5 不同行业客户服务岗位职责设计	69
2.5.1 商场超市客服岗位职责	69
2.5.2 银行证券业客服岗位职责	70
2.5.3 物流服务业客服岗位职责	71
第3章 客户信息管理工具	73
3.1 客户信息综合管理工具	75
3.1.1 客户信息管理工作流程	75
3.1.2 客户信息管理工作标准	76
3.1.3 客户信息综合管理制度	77
3.1.4 客户信息管理工作报告	79
3.1.5 客户信息管理改进方案	80
3.2 客户信息收集管理工具	82
3.2.1 客户信息收集工作流程	82
3.2.2 客户信息收集工作标准	83
3.2.3 客户信息收集工作重点	83
3.2.4 客户信息收集方法说明	84
3.3 客户信息调查分析工具	85
3.3.1 客户信息调查工作流程	85
3.3.2 客户信息调查工作标准	86
3.3.3 客户信息调查实施方案	86

3.3.4	客户信息分析工作流程	89
3.3.5	客户信息分析工作标准	90
3.3.6	客户信息调查分析报告	90
3.3.7	客户情报分析工作流程	92
3.3.8	客户情报分析工作标准	93
3.4	客户信息库建设管理工具	93
3.4.1	客户信息数据库管理原则	93
3.4.2	客户信息数据库建设流程	94
3.4.3	客户信息数据库管理方案	95
3.5	客户信息分类分级管理工具	98
3.5.1	客户信息分类的方法	98
3.5.2	客户分级的三大原则	98
3.5.3	客户分类分级的应用	99
3.5.4	客户性格分类与应对	100
3.5.5	客户分类分级管理制度	102
3.6	客户信息档案管理工具	106
3.6.1	客户信息立档工作流程	106
3.6.2	客户信息立档工作标准	107
3.6.3	客户档案管理工作流程	108
3.6.4	客户档案管理工作标准	109
3.6.5	客户档案管理实施方案	109
3.6.6	客户资料保密管理流程	113
3.6.7	客户资料保密管理制度	114
3.7	客户信息管理表单工具	116
3.7.1	客户信息调查计划表	116
3.7.2	客户需求信息调查表	116
3.7.3	法人客户信息资料表	117
3.7.4	个人客户信息资料表	118
3.7.5	客户销售资料一览表	118
3.7.6	客户分布状况明细表	119

3.7.7	客户区域划分说明表	119
3.7.8	客户等级划分明细表	120
3.7.9	客户销售收入月报表	120
3.7.10	客户销售收入排名表	120
3.7.11	企业优秀客户统计表	121
3.7.12	企业危险客户统计表	121
3.7.13	客户信息借阅权限表	121
3.7.14	客户信息更改申请表	122
3.7.15	客户信息报废申请表	122
第4章	客户信用管理工具	123
4.1	客户信用综合管理工具	125
4.1.1	客户信用管理主要内容	125
4.1.2	客户信用管理工作流程	127
4.1.3	客户信用管理工作标准	128
4.1.4	客户信用管理的关键点	129
4.1.5	客户信用综合管理制度	129
4.2	客户信用资料调查评估工具	133
4.2.1	客户信用调查流程	133
4.2.2	客户信用调查方法	134
4.2.3	客户信用状况调查表	134
4.2.4	客户信用状况调查总表	136
4.2.5	签约客户信用调查方案	136
4.2.6	客户信用评价五大依据	139
4.2.7	客户信用状况评估方案	139
4.2.8	客户信用度分析评估表	141
4.2.9	客户资产评估报告范本	142
4.3	客户资信分级及控制工具	144
4.3.1	客户资信量化评分方法	144
4.3.2	客户信用评级要素分析	146

4.3.3	客户资信分级工作流程	148
4.3.4	客户资信分级工作标准	149
4.3.5	客户信用等级评定方案	149
4.3.6	客户资信等级评定总表	152
4.3.7	客户信用限额核定表	154
4.3.8	客户信用变更申请表	154
4.3.9	客户标准资信报告范本	155
4.3.10	客户资信控制工作流程	159
4.3.11	客户资信控制工作标准	160
4.3.12	客户信用等级调整流程	161
4.3.13	客户信用等级调整标准	162
4.4	客户信用风险评估管理工具	162
4.4.1	客户信用特征分析模型	162
4.4.2	客户营运资产分析模型	164
4.4.3	客户信用风险预测-Z计分模型	165
4.4.4	客户信用风险预测-巴萨得模型	166
4.4.5	客户信用风险等级分析表	166
4.4.6	客户欺诈风险识别方法	167
4.4.7	客户风险监控管理方案	168
第5章	客户关系管理工具	171
5.1	客户关系综合管理工具	173
5.1.1	客户关系管理工作流程	173
5.1.2	客户关系管理工作标准	174
5.1.3	客户关系维护管理方案	175
5.1.4	客户关系管理促进方案	177
5.2	客户关怀管理工具	182
5.2.1	客户关怀管理工作流程	182
5.2.2	客户接待管理工作流程	183
5.2.3	客户拜访管理工作流程	184

5.2.4	客户拜访区域规划流程	185
5.2.5	客户招待用餐管理流程	186
5.2.6	客户参观接待管理制度	187
5.2.7	客户接待费用管理办法	189
5.2.8	客户拜访访问管理制度	192
5.2.9	客户回访管理制度范本	195
5.2.10	客户拜访记录登记表	196
5.2.11	客户招待申请一览表	197
5.2.12	客户礼品馈赠申请表	197
5.3	客户提案管理工具	198
5.3.1	客户提案接收处理流程	198
5.3.2	客户提案管理工作制度	199
5.3.3	客户提案征集公告模板	201
5.3.4	客户提案登记汇总表	202
5.3.5	客户提案效果评定表	202
5.3.6	客户提案实施通知单	203
5.3.7	客户提案成果报告表	203
5.3.8	客户提案感谢信模板	203
5.4	客户满意度管理工具	204
5.4.1	客户满意度调查流程	204
5.4.2	客户满意度调查模型	205
5.4.3	客户满意度测量流程	207
5.4.4	客户满意度测量模型	208
5.4.5	客户满意度指数模型	210
5.4.6	满意度价值曲线模型	213
5.4.7	客户满意度管理制度	214
5.4.8	客户满意度调查方案	216
5.4.9	客户满意度调查问卷	218
5.4.10	客户满意度调查报告	219
5.4.11	客户满意度提升方案	221

5.4.12	客户服务满意度评价表	223
5.5	客户忠诚度管理工具	224
5.5.1	客户流失管理流程	224
5.5.2	客户流失原因分析	225
5.5.3	客户流失预防方案	225
5.5.4	客户忠诚度调查表	228
5.5.5	客户忠诚度评价表	229
5.5.6	客户忠诚度调查流程	230
5.5.7	客户忠诚度提升方法	231
5.6	客户服务承诺管理工具	234
5.6.1	客户服务承诺划分标准	234
5.6.2	客户服务承诺制定工具	235
5.6.3	客户服务承诺管理流程	237
5.6.4	客户服务承诺管理制度	238
5.6.5	客户服务承诺书模板	240
第6章	大客户管理工具	243
6.1	大客户综合管理工具	245
6.1.1	大客户管理模型	245
6.1.2	大客户管理流程	246
6.1.3	大客户管理制度	247
6.2	大客户开发管理工具	253
6.2.1	大客户开发管理流程	253
6.2.2	大客户顾问式销售流程	254
6.2.3	大客户信息收集方案	255
6.2.4	大客户筛选管理制度	256
6.2.5	大客户信息登记一览表	260
6.2.6	大客户等级评定记录表	260
6.2.7	大客户开发情况记录表	261
6.2.8	大客户销售障碍分析表	261

6.3	大客户服务管理工具	261
6.3.1	大客户服务管理法则	261
6.3.2	大客户关系维护流程	263
6.3.3	大客户回访管理流程	264
6.3.4	大客户服务管理流程	265
6.3.5	大客户满意度调查流程	266
6.3.6	大客户服务管理制度	267
6.3.7	大客户流失管控方案	269
6.3.8	大客户招待会组织方案	271
6.3.9	大客户的满意度调查表	273
6.3.10	大客户问题对策一览表	273
6.3.11	大客户联络拜访计划表	274
6.4	大客户价值应用管理工具	275
6.4.1	大客户信用调查流程	275
6.4.2	大客户信用度分析表	276
6.4.3	大客户信用调查工作方案	278
6.4.4	大客户信用调查管理办法	279
第7章	客户服务礼仪规范管理工具	283
7.1	通用客服礼仪规范工具	285
7.1.1	个人礼仪形象设计	285
7.1.2	常见礼貌用语设计	286
7.1.3	个人礼仪禁忌事项	287
7.2	电话礼仪规范设计工具	288
7.2.1	接听电话礼仪规范	288
7.2.2	电话礼仪规范流程	289
7.2.3	电话运用10大技巧	290
7.2.4	电话礼仪禁忌事项	291
7.2.5	电话沟通细节注意事项	291
7.2.6	接打电话表达技巧	292

7.3	客户接待礼仪规范工具	293
7.3.1	客户接待标准流程	293
7.3.2	宾客迎送礼仪规范	294
7.3.3	宴会安排礼仪设计	294
7.3.4	商务礼仪规范标准	297
7.4	客服沟通技巧方法工具	303
7.4.1	沟通开始策划方案	303
7.4.2	关键问题询问设计	304
7.4.3	求同存异沟通方法	305
7.4.4	积极倾听沟通技巧	306
7.4.5	预防障碍沟通方法	308
7.4.6	客户咨询处理技巧	310
7.4.7	客户咨询处理流程	311
7.4.8	客户态度追踪策略	312
7.4.9	赢得客户信任技巧	312
7.5	危机处理能力提升工具	314
7.5.1	危机沟通的10大步骤	314
7.5.2	危机信息采集3W方法	315
7.5.3	危机处理态度4R设计	316
7.5.4	危机沟通8F原则规范	317
第8章	售前售中服务管理工具	319
8.1	售前客户服务管理工具	321
8.1.1	客服售前工作流程	321
8.1.2	客服人员售前沟通技巧	322
8.1.3	客服人员售前演示策划	323
8.2	售前客户服务支持工具	324
8.2.1	售前拜访预约技巧	324
8.2.2	售前演示准备方案	325
8.2.3	售前演示工作重点	326