

客户服务管理体系

设计全案

洪冬星 编著

体系维度

客户投诉管理
客户信用管理
客户信息管理
呼叫中心管理
质量调查开发
客户关系管理
大客户管理
售后服务管理



设计维度

职责
制度
流程
工具
表单
方案



弗布克管理体系设计全案系列

客户服务管理体系 设计全案

洪冬星 编著

1078533
人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

客户服务管理体系设计全案 / 洪冬星编著. —北京:
人民邮电出版社, 2012.10 (2013.5重印)
(弗布克管理体系设计全案系列)
ISBN 978-7-115-29317-6

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 202604 号

内 容 提 要

本书采用“岗位职责+制度+流程+工具+表单+方案”的结构模式,对客户调查开发与管理、客户关系管理、大客户管理、售后服务管理、客户投诉管理、客户信用管理、客户信息管理、呼叫中心管理、客户服务质量管理共9项客户服务管理内容进行了系统化设计,并提供了一些客户服务管理问题的分析与解决工作。

本书适合企业高层管理人员、客户服务管理人员、咨询师、培训师及高校相关专业师生阅读使用。

弗布克管理体系设计全案系列 客户服务管理体系设计全案

-
- ◆ 编 著 洪冬星
责任编辑 庞卫军
执行编辑 李 琦
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京艺辉印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 35 2012年10月第1版
字数: 230千字 2013年5月北京第2次印刷
-
- ISBN 978-7-115-29317-6

定 价: 80.00 元 (附光盘)

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

“弗布克管理体系设计全案系列”图书序

企业要想在激烈的市场竞争中生存和发展，就必须不断在企业管理方面有所突破和创新。当今的市场环境对企业管理提出了三个要求，即管理要体系化，管理要精细化，管理要实务化。体系化就是横向上要建立维度；精细化就是纵向上要具有深度；无论体系化还是精细化，都要务求实务化，这也是本系列图书的出发点和落脚点。

“弗布克管理体系设计全案系列”共包括《人力资源管理体系设计全案》、《市场营销管理体系设计全案》、《生产管理体系设计全案》、《财务管理体系设计全案》、《客户服务管理体系设计全案》、《质量管理体系设计全案》六本图书，内容涉及人力资源管理、财务管理、生产管理、市场营销管理、质量管理、客户服务管理这六大企业管理模块，以帮助读者将企业管理工作规范化、制度化、流程化和实务化。

本系列图书具有以下四个特点。

1. 建立了“纵向+横向”的坐标模式

本系列图书建立了“纵向+横向”的坐标模式，即从纵横两个方向进行管理体系设计。“纵向”是指对每本图书所包括的各子业务模块进行具体设计；“横向”是指针对“纵向”中的每一业务模块，从“岗位职责、制度、流程、工具、表单、方案”六个维度进行了细化说明，详细阐述了如何应用这些维度所包括的关键因素。

2. 设计了体系化和精细化的双重维度

没有体系，管理就会陷入混乱，体系让管理明确化，并清晰地建立起各个模块间的关系；没有精细，管理就难以深入，精细化使管理工作更加具体和详尽，确保各项任务被执行得更彻底。

3. 给出了管理范例和模板

本系列图书给出了大量管理范例和模板，便于各企业根据自己的实际情况修改套用。这样不仅提高了管理设计的有效性，更节约了读者大量的时间。

4. 提供了问题分析与解决工具

本系列每本图书的最后一章都提供了大量的问题分析与解决工具，帮助相关人员解决实际工作中出现的问题，以便更好地开展工作。

《客户服务管理体系设计全案》是“弗布克管理体系设计全案系列”图书中的一本。本书按照“岗位职责+管理制度+工作流程+执行工具+实用表单+实施方案”的结构模式，对客户调查开发与管理、客户关系管理、大客户管理、售后服务管理、客户投诉管

理、客户信用管理、客户信息管理、呼叫中心管理、客户服务质量管理共9项客户服务管理内容进行了系统化设计。

在本书编写的过程中，孙立宏、孙宗坤、杨扬、程富建、刘井学、董建华负责资料的收集和整理，廖应涵、庄惠欢、王建霞、李苏洋、任玉珍负责图表的编排，程淑丽、姚小风参与编写了本书的第1章，毕春月、王胜会参与编写了本书的第2章，杨雪、高佳瑜、杨学辉参与编写了本书的第3章，刘伟、王淑敏、滕晓丽参与编写了本书的第4章，李作学、韩伟静参与编写了本书的第5章，李育蔚、张瀛参与编写了本书的第6章，李海江、杨茜、高春燕参与编写了本书的第7章，金成哲、黄成日参与编写了本书的第8章，高玉卓、李金山参与编写了本书的第9章，姚俭胜、毕汪峰参与编写了本书的第10章、王琴、王德敏参与编写了本书的第11章，全书由洪冬星统撰定稿。

由于时间仓促，本系列图书难免存在各种不足之处，欢迎广大读者批评指正。

目 录

第1章 客户服务管理体系	1
1.1 客户服务管理体系模块设计	3
1.1.1 客户服务管理体系九大模块	3
1.1.2 客户服务管理体系模块维度	4
1.2 客户服务管理体系维度设计	5
1.2.1 客户服务岗位职责设计	5
1.2.2 客户服务工作流程设计	6
1.2.3 客户服务管理制度设计	9
1.2.4 客户服务管理模型设计	11
1.2.5 客户服务实用表单设计	12
1.2.6 客户服务实施方案设计	13
第2章 客户调查开发与管理体系	17
2.1 客户调查开发与管理体系设计	19
2.1.1 客户调查开发与管理体系设计维度	19
2.1.2 客户调查开发与管理体系设计要素	19
2.2 客户调查开发与管理岗位设计	20
2.2.1 客户调查主管岗位职责	20
2.2.2 客户开发主管岗位职责	21
2.2.3 客户调查专员岗位职责	22
2.2.4 客户开发专员岗位职责	22
2.3 客户调查开发与管理制度设计	23
2.3.1 客户调查管理制度	23
2.3.2 客户开发管理制度	27
2.3.3 客户满意度调查细则	33

2.4 客户调查开发与管理流程设计	35
2.4.1 客户调查管理流程	35
2.4.2 客户信用调查流程	37
2.4.3 客户开发管理流程	39
2.4.4 客户满意度调查流程	41
2.5 客户调查开发与管理工具设计	43
2.5.1 客户购买类型分析	43
2.5.2 客户购买行为分析	43
2.5.3 客户开发获得模型	45
2.5.4 客户满意级度划分	46
2.5.5 客户满意度指标分析	46
2.5.6 客户满意度指标体系	47
2.5.7 客户忠诚度衡量指标	48
2.5.8 客户忠诚-满意模型	49
2.5.9 客户忠诚度管理模型	49
2.6 客户调查开发与管理表单设计	50
2.6.1 客户调查计划表	50
2.6.2 客户信息调查表	51
2.6.3 客户需求调查表	52
2.6.4 客户信用调查表	52
2.6.5 调查分析报告表	54
2.6.6 客户开发计划表	55
2.6.7 客户开发记录表	55
2.6.8 客户开发报告表	56
2.7 客户调查开发与管理方案设计	56
2.7.1 企业客户调查方案	56
2.7.2 客户满意度调查方案	60
2.7.3 客户满意度管理方案	64
2.7.4 客户忠诚度管理方案	66
2.7.5 客户开发业务管理方案	70
第3章 客户关系管理体系	79
3.1 客户关系管理体系设计	81

3.1.1	客户关系管理体系设计维度	81
3.1.2	客户关系管理体系设计要素	81
3.2	客户关系管理岗位设计	82
3.2.1	客户关系主管岗位职责	82
3.2.2	客户关系专员岗位职责	83
3.3	客户关系管理制度设计	84
3.3.1	客户拜访管理制度	84
3.3.2	客户提案管理制度	88
3.3.3	预订客户接待制度	91
3.3.4	随机客户接待制度	94
3.3.5	重点客户关系维护办法	97
3.3.6	网络客户关系维护办法	100
3.4	客户关系管理流程设计	102
3.4.1	上门拜访管理流程	102
3.4.2	客户关系维护流程	104
3.4.3	客户提案管理流程	106
3.4.4	客户拜访区域规划流程	108
3.4.5	客户招待用餐管理流程	110
3.4.6	预订客户来访的接待流程	112
3.4.7	随机客户来访的接待流程	114
3.5	客户关系管理工具设计	116
3.5.1	客户接待模型	116
3.5.2	客户拜访模型	116
3.5.3	客户分级标准	117
3.5.4	客户分级体系	117
3.5.5	客户分级工作评估	118
3.6	客户关系管理表单设计	119
3.6.1	客户分类管理表	119
3.6.2	客户层次分析表	120
3.6.3	客户分级管理表	121
3.6.4	客户接待记录表	121
3.6.5	客户拜访管理表	122

3.6.6	客户回访管理表	123
3.6.7	重点客户管理表	124
3.6.8	问题客户管理表	124
3.6.9	客户关系管理表	124
3.6.10	客户招待管理表	126
3.6.11	礼品馈赠申请表	127
3.6.12	客户提案管理表	127
3.7	客户关系管理方案设计	129
3.7.1	客户参观接待方案	129
3.7.2	客户关系促进方案	133
3.7.3	客户电话回访方案	135
3.7.4	客户馈赠管理方案	137
第4章	大客户管理体系	141
4.1	大客户管理体系设计	143
4.1.1	大客户管理体系设计维度	143
4.1.2	大客户管理体系设计要素	143
4.2	大客户管理岗位设计	144
4.2.1	大客户主管岗位职责	144
4.2.2	大客户专员岗位职责	145
4.3	大客户管理制度设计	146
4.3.1	大客户筛选制度	146
4.3.2	大客户综合管理制度	149
4.3.3	大客户信用调查制度	154
4.3.4	大客户特别管理规范	159
4.4	大客户管理流程设计	164
4.4.1	大客户筛选流程	164
4.4.2	大客户开发流程	166
4.4.3	大客户回访流程	168
4.4.4	大客户关系维护流程	170
4.4.5	大客户关系评估流程	172
4.4.6	大客户服务管理流程	174

4.4.7	大客户满意度调查流程	176
4.5	大客户管理工具设计	178
4.5.1	大客户筛选标准	178
4.5.2	大客户开发模型	178
4.5.3	现有大客户价值分析	179
4.5.4	潜在大客户价值分析	180
4.5.5	大客户忠诚度管理模型	181
4.5.6	大客户保持与客户终生价值的分析	182
4.5.7	大客户当前价值与潜在价值组合分析	182
4.6	大客户管理表单设计	183
4.6.1	大客户评定表	183
4.6.2	大客户档案表	183
4.6.3	大客户支持表	184
4.6.4	大客户月报表	186
4.6.5	大客户分析表	187
4.6.6	大客户问卷表	187
4.6.7	大客户意见调查表	188
4.7	大客户管理方案设计	189
4.7.1	大客户服务管理方案	189
4.7.2	大客户信息收集方案	191
4.7.3	大客户档案管理方案	193
第5章	售后服务管理体系	195
5.1	售后服务管理体系设计	197
5.1.1	售后服务管理体系设计维度	197
5.1.2	售后服务管理体系设计要素	197
5.2	售后服务管理岗位设计	198
5.2.1	售后服务主管岗位职责	198
5.2.2	售后服务专员岗位职责	199
5.3	售后服务管理制度设计	200
5.3.1	服务形象管理制度	200
5.3.2	售后服务操作规范	204

5.3.3	售后服务质量管理办法	212
5.3.4	售后服务质量考评办法	214
5.3.5	售后维修服务管理制度	217
5.3.6	售后服务培训实施管理制度	219
5.4	售后服务管理流程设计	223
5.4.1	售后培训费用预算流程	223
5.4.2	售后培训方案制定流程	225
5.4.3	售后服务计划制订流程	227
5.4.4	售后服务方案制定流程	229
5.4.5	售后服务质量管理流程	231
5.5	售后服务管理工具设计	233
5.5.1	售后培训预算构成要素	233
5.5.2	售后培训目标与方法对应	233
5.5.3	售后服务质量的调查方法	234
5.5.4	服务质量补救机制五因素	235
5.6	售后服务管理表单设计	235
5.6.1	售后服务登记表	235
5.6.2	产品维修报告单	236
5.6.3	产品退换货汇总表	236
5.6.4	产品故障维修统计表	236
5.6.5	售后服务信息反馈表	237
5.6.6	售后服务网点分布表	238
5.6.7	售后服务例行检查表	238
5.7	售后服务管理方案设计	240
5.7.1	售后服务管理实施方案	240
5.7.2	售后服务满意度评价方案	245
5.7.3	售后维修专员绩效考核方案	247
第6章	客户投诉管理体系	251
6.1	客户投诉管理体系设计	253
6.1.1	客户投诉管理体系设计维度	253
6.1.2	客户投诉管理体系设计要素	253

6.2 客户投诉管理岗位设计	254
6.2.1 客户投诉主管岗位职责	254
6.2.2 客户投诉专员岗位职责	255
6.3 客户投诉管理制度设计	256
6.3.1 客户安慰制度	256
6.3.2 客户投诉受理办法	259
6.3.3 客户投诉处理办法	262
6.4 客户投诉管理流程设计	266
6.4.1 客户投诉分析流程	266
6.4.2 客户投诉接待流程	268
6.4.3 客户投诉处理流程	270
6.5 客户投诉管理工具设计	272
6.5.1 投诉数据分析步骤	272
6.5.2 客户投诉原因分析模型	272
6.5.3 客户投诉处理行为模型	273
6.6 客户投诉管理表单设计	274
6.6.1 客户投诉登记表	274
6.6.2 客户投诉调查表	275
6.6.3 客户投诉分析表	275
6.6.4 投诉处理管理表	276
6.6.5 客户投诉统计表	279
6.6.6 客户投诉处理函	280
6.7 客户投诉管理方案设计	280
6.7.1 避免投诉解决方案	280
6.7.2 客户投诉处理方案	283
6.7.3 抱怨处理及开发方案	286
第7章 客户信用管理体系	289
7.1 客户信用管理体系设计	291
7.1.1 客户信用管理体系设计维度	291
7.1.2 客户信用管理体系设计要素	291
7.2 客户信用管理岗位设计	292

7.2.1	客户信用主管岗位职责	292
7.2.2	客户信用专员岗位职责	293
7.3	客户信用管理制度设计	294
7.3.1	客户信用管理控制制度	294
7.3.2	客户信用调查工作规范	296
7.3.3	客户信用评估控制细则	298
7.4	客户信用管理流程设计	301
7.4.1	客户信用管理工作流程	301
7.4.2	客户信用评估工作流程	303
7.4.3	客户资信分级工作流程	305
7.4.4	客户资信控制工作流程	307
7.5	客户信用管理工具设计	308
7.5.1	客户信用分析模型	308
7.5.2	客户信用评价模型	309
7.5.3	客户信用风险分析模型	310
7.6	客户信用管理表单设计	310
7.6.1	客户信用评估申请表	310
7.6.2	客户信用评估分析表	311
7.6.3	客户信用度评判简表	312
7.6.4	客户资信限度核定表	313
7.6.5	客户信用变化分析表	313
7.7	客户信用管理方案设计	314
7.7.1	客户信用调查实施方案	314
7.7.2	客户信用等级评定方案	317
第8章	客户信息管理体系	327
8.1	客户信息管理体系设计	329
8.1.1	客户信息管理体系设计维度	329
8.1.2	客户信息管理体系设计要素	329
8.2	客户信息管理岗位设计	330
8.2.1	客户信息主管岗位职责	330
8.2.2	客户信息专员岗位职责	331

8.3 客户信息管理制度设计	332
8.3.1 客户信息管理制度	332
8.3.2 客户信息调查规范	335
8.3.3 客户档案管理制度	339
8.3.4 客户信息保密制度	343
8.4 客户信息管理流程设计	346
8.4.1 客户信息管理工作流程	346
8.4.2 客户信息收集管理流程	348
8.4.3 客户信息调查工作流程	350
8.4.4 客户信息处理工作流程	352
8.4.5 客户信息保密管理流程	354
8.4.6 客户信息立档工作流程	356
8.4.7 客户档案管理工作流程	358
8.4.8 客户情报管理工作流程	360
8.5 客户信息管理工具设计	361
8.5.1 客户信息数据采集	361
8.5.2 客户信息数据构建	363
8.5.3 客户信息数据挖掘	365
8.5.4 客户信息数据管理	367
8.5.5 客户信息质量的评估	369
8.5.6 客户信息管理的运用	370
8.5.7 客户信息分析系统模型	371
8.6 客户信息管理表单设计	372
8.6.1 客户信息登记表	372
8.6.2 客户信息分析表	374
8.6.3 客户销售信息表	376
8.6.4 客户信息管理卡	377
8.6.5 潜在客户管理卡	378
8.6.6 客户资料归档表	379
8.6.7 优秀客户统计表	379
8.6.8 危险客户统计表	380
8.6.9 客户档案借阅登记表	380

8.6.10	客户档案销毁登记表	380
8.7	客户信息管理方案设计	381
8.7.1	客户信息调查实施方案	381
8.7.2	客户档案管理实施方案	384
8.7.3	客户数据库管理实施方案	388
第9章	呼叫中心管理体系	391
9.1	呼叫中心管理体系设计	393
9.1.1	呼叫中心管理体系设计维度	393
9.1.2	呼叫中心管理体系设计要素	393
9.2	呼叫中心管理岗位设计	394
9.2.1	呼叫中心主管岗位职责	394
9.2.2	呼叫中心坐席专员岗位职责	395
9.3	呼叫中心管理制度设计	396
9.3.1	呼叫中心管理办法	396
9.3.2	呼叫中心质量管理制度	401
9.3.3	呼叫中心现场管理制度	406
9.3.4	呼叫中心人员招聘制度	413
9.3.5	呼叫中心人员培训制度	417
9.3.6	呼叫中心人员考核制度	421
9.3.7	坐席员薪酬激励制度	424
9.4	呼叫中心管理流程设计	429
9.4.1	呼叫中心管理流程	429
9.4.2	呼入业务工作流程	431
9.4.3	呼出业务工作流程	433
9.4.4	质量监控工作流程	435
9.4.5	坐席专员客户服务流程	437
9.5	呼叫中心管理工具设计	438
9.5.1	呼叫中心规划工具	438
9.5.2	呼叫中心选址因素	441
9.5.3	呼叫中心布局设计	441
9.5.4	呼叫中心预算编制	443

9.5.5	呼叫中心业务预测	443
9.5.6	呼叫中心人员排班	447
9.5.7	电话监听管理工具	449
9.5.8	呼叫中心报表管理工具	452
9.6	呼叫中心管理表单设计	455
9.6.1	呼入业务记录表	455
9.6.2	呼出业务记录表	455
9.6.3	呼叫业务质量监控表	455
9.6.4	呼叫业务质量评估表	456
9.6.5	呼叫业务质量校准表	457
9.7	呼叫中心管理方案设计	457
9.7.1	呼叫中心应急方案	457
9.7.2	呼叫中心人员培训方案	463
9.7.3	呼叫中心质量监控方案	471
9.7.4	呼叫中心绩效改进管理方案	478
第 10 章	客户服务质量管理体系	481
10.1	客户服务质量管理体系设计	483
10.1.1	客户服务质量管理体系设计维度	483
10.1.2	客户服务质量管理体系设计要素	483
10.2	客户服务质量管理岗位设计	484
10.2.1	服务质量主管岗位职责	484
10.2.2	服务质量专员岗位职责	485
10.3	客户服务质量管理制度设计	485
10.3.1	客户服务质量标准规范	485
10.3.2	客户服务质量责任制度	491
10.3.3	客户服务问题处理标准规范	492
10.4	客户服务质量管理流程设计	496
10.4.1	客户服务质量检查流程	496
10.4.2	客户服务质量评估流程	498
10.4.3	客户服务质量改进流程	500
10.4.4	客户服务质量审核流程	502

10.4.5	服务质量记录管理流程	504
10.5	客户服务质量管理工具设计	505
10.5.1	服务质量体系设计	505
10.5.2	不合格项改正措施	506
10.5.3	服务质量控制过程设计	507
10.5.4	质量体系组织结构设计	507
10.5.5	服务质量体系程序文件	507
10.5.6	服务质量评估的 RATER 指数	508
10.6	客户服务质量管理表单设计	509
10.6.1	客户服务质量调查表	509
10.6.2	客户服务质量检查表	510
10.6.3	客户服务质量审核表	510
10.6.4	客户服务质量评估表	511
10.6.5	客户服务质量报告书	511
10.7	客户服务质量管理方案设计	512
10.7.1	服务改进建议实施方案	512
10.7.2	客户服务质量提升方案	516
10.7.3	服务质量专员绩效考核方案	518
第 11 章	客户服务管理问题分析与解决	523
11.1	客户服务管理问题五种分析工具	525
11.1.1	客户价值分析度量工具设计	525
11.1.2	客户流失问题分析工具	528
11.1.3	客户服务沟通问题诊断工具	530
11.1.4	客户服务制度设计问题分析工具	532
11.1.5	部门组织结构问题诊断工具	533
11.2	客户服务管理问题五种解决工具设计	534
11.2.1	客户价值提升工具	534
11.2.2	客户流失管理工具	536
11.2.3	客户服务沟通管理工具	538
11.2.4	客户服务管理制度设计工具	540
11.2.5	部门组织结构设计工具	541