

<<500强老总都称赞的完美客服>>

前言

这或许是你读到的关于客户服务的最单调乏味的一本书。

但如果你所从事的工作与客户服务相关，我保证你需要这本书，而且能够从中获得帮助。

假如你想把这本书当做娱乐消遣来读的话，那建议你干脆去租借一部电影来看。

这本书旨在帮助你成为一名更称职的客服人员，增加你的工作安全感和舒适度，减少那些棘手的客服案例所带来的压力。

打个比方，你也许熟悉那些止咳糖浆品牌的广告，糖浆虽然口感极差，但作为一种有趣的广告策略令人印象深刻，而且人们会记住一个简单的事实就是，糖浆功效的确显著。

这本书就好比止咳糖浆，口感虽差，却令人获益匪浅。

在针对这本书的第一版进行的读者跟踪调查中，一位读者声称这本书相当枯燥。

作者们一般不喜欢那样的评价，我也曾经一样地不喜欢。

此后当我被邀请撰写第二版(也就是你现在拿在手里的这个版本)的时候，我不得不再次拿起第一版来阅读，我发现这的确是一本十分令人生倦的书。

但我也从另外一些更为相近的读者反馈中注意到有关这本书的一些可取之处，那就是：就其内容来讲，这的确是一本值得一读的好书。

好吧，我说这话可能带有一定的个人倾向。

不过，从严格意义上讲，你会发现这本书的许多与众不同之处：比如举例详尽明了、解释直截了当等。

距第一版的出版发行已经6年有余，但书中所列举的客服技巧和策略没有一条是过时的或者可以剔除的，那些书中涉及到的实用操作指南在今天的市场中依然显得十分重要。

只是它读起来依然难免令人感到单调乏味，尽管书中有相当的篇幅做了重新修改和编辑，而且我们加入了有关社会网络媒介的章节，或许读起来只是稍稍减轻了一些单调感，但绝非粗制滥造，而且我们永远也不会那样做。

如果你把这本书当成小说来读就大错特错了，这更像是一本参考指南或辅导教程，从中你可以按需所取地选择性阅读。

就这点而言，文章当中会有一些重复现象，这意味着你不需要从头至尾逐字逐句阅读就能完全理解其内容。

很高兴能够有机会为这本书的再版写序言，因为这意味着我们有足够多的读者从这本书的第一版中获得了益处，从而也激励我们有充分的理由来修订这本书。

自从2005年第一版问世以来，虽然客户服务领域的许多情况发生了很大变化，但客服业务本身的许多方面并无变化。

大客户服务理念依然是维系客户并确保他们未来与贵公司合作的最为行之有效的方法之一，而高质量的客户服务工作也会给从业者带来极大的满足感和工作乐趣。

致力于提供良好的客户服务的一个最为重要的理由是：优质的客户服务可以帮助减少客户给你造成的工作压力、烦恼甚至痛苦，可以减少和客户问的争执和过激言行。

客户本身也不会再那么苛求挑剔，他们不会再说诸如“我让你丢饭碗”之类的威胁语言。

与此同时你也可以节省下来大量时间。

总而言之，客户服务技巧可以最大程度地让客户满意，同时避免了客户把不满发泄到你身上的情形发生。

<<500强老总都称赞的完美客服>>

内容概要

罗伯特·巴克沃编著的《500强老总都称赞的完美客服(英汉对照)》是一本比较实用的职场指南图书，旨在帮助你成为一名更称职的客服人员，增加你的工作安全感和舒适度，减少那些棘手的客服案例所带来的压力。

《500强老总都称赞的完美客服(英汉对照)》从商家、客户以及客服人员的实际需要出发，旨在探讨优质客户服务的策略和技巧，以使大家都能切实从中获益。

<<500强老总都称赞的完美客服>>

作者简介

罗伯特·巴克沃是美国Bacal&Associates培训及管理咨询公司的创立者和CEO（该公司是致力于管理、商务咨询、出版、员工培训等业务的规模不太大的公司，成立于1992年）。

罗伯特·巴克沃和麦格劳·希尔国际出版集团教育出版公司签约出版了几本书，主题涉及企业绩效管理、绩效计划与审查以及小型企业管理等方面。

<<500强老总都称赞的完美客服>>

书籍目录

目 录 再版序言 Preface to the Second EditionXV 译者序 第一部分 成功的客户服务Part One

Succeeding at Customer Service3 第一章 客户服务基本原理概述 Chapter 1 Basics of Customer Service4 对我意味着什么？

What's in It for Me?5 客户类型分析 Different Kinds of Customers7 当务之急——打破客服神话 First Things First—Dispelling an Important Customer Service Myth8 了解客户需求 Understanding What Customers Want10 如何充分利用这本书 How to Get the Most from This Book11 注意事项 Hints11 寄语那些希望帮助别人学会客服技巧的人 For Those Wanting to Help Others Learn Customer Service Skills23 第二章 客户服务的工具和技巧 Chapter 2 Customer Service Tools and Techniques24 提供超出客户期望值的服务 Above and Beyond the Call of Duty24 确认客户需求 Acknowledge Customer's Needs24 认可客户诉求，切忌纠缠不休 Acknowledge Without Encouraging25 积极倾听 Active Listening25 承认错误 Admit Mistakes26 允许客户发泄不满 Allow Venting26 适时道歉 Apologize27 适当的肢体语言 Appropriate Nonverbals27 适度的微笑 Appropriate Smiles27 必要的后续行动 Arrange Follow-Up28 探究性提问 Ask Probing Questions28 向客户保证尽力为之 Assurances of Effort29 保证给予结果 Assurances of Results29 规避旁观 Audience Removal29 馈赠礼品以收买人心 Broken Record 30 迂回策略 Close Interactions Positively31 恪守常规礼仪 Common Courtesy31 履行后续回访 Complete Follow-Up32 随时和安全部门、有关领导和管理部门保持联系 Contact Security/Authorities/Management32 适度松弛减缓紧张气氛 Disengage33 转移客户注意力 Distract33 同感陈述疏导客户情绪 Empathy Statements34 加快进度提高办事效率 Expedite34 给予专业性建议 Expert Recommendations35 解释推理过程或者行为 Explain Reasoning or Actions35 保全面子 Face-Saving Out36 求同存异 Find Agreement Points36 善后/回访客户 Finish Off/Follow Up36 给客户单独相处的空间 Isolate/Detach Customer37 平心静气坦诚相待 Level37 应对高度差(肢体语言) Manage Height Differentials/Nonverbals37 恰当应对人际空间距离 Manage Interpersonal Distance39 避免落入圈套 Not Taking the Bait39 给客户留出选择余地 Offering Choices/Empowering39 做到语言表述通俗易懂 Plain Language40 掌握主动先发制人 Preemptive Strike41 保护隐私与机密 Privacy and Confidentiality41 晓以利弊 Pros and Cons41 提供预案供客户选择 Provide Alternatives42 提供便于携带的材料以备客户查阅 Provide a Customer Takeaway42 提供解释 Provide Explanations43 以提问代陈述 Question Instead of State43 向上级主管请示 Refer to Supervisor44 向第三方咨询求助 Refer to Third Party44 重新聚焦问题 Refocus45 设定底线 Set Limits46 有人也这么认为(中立模式) Some People Think That (Neutral Mode)47 示意客户停下(非言语行为) Stop Sign-Nonverbal47 提供选择以免客户无为等待 Suggest an Alternative to Waiting48 总结谈话内容 Summarize the Conversation48 电话里的沉默 Telephone Silence49 表达感谢 Thank-Yous49 暂时休息调整 Time out49 善于称呼客户名字 Use Customer's Name50 掌握时机应对发怒的客户 Use of Timing with Angry Customers50 运用语言软化剂 Verbal Softeners51 运用强调语气 Voice Tone—Emphatic51 确定时间的提问 When Question52 学会说“你是对的！” You're Right!第二部分 客服案例应对策略详解Part Two Dealing with Specific Customer Situations83

1. 如何应对迟到或者预感到要迟到的情况 1. When You're Late or Know You'll Be Late 84 2. 如何应对需要匆忙赶时间的客户 2. When a Customer Is in a Hurry86 3. 如何应对在一群等待的顾客面前插队的客户 3. When a Customer Jumps Ahead in a Line of Waiting Customers87 4. 如何应对要求优先被服务的客户 4. When a Customer Asks to Be Served Ahead of Other Waiting Customers 89 5. 如何应对正在进行的客服谈话被第三方打断的情形 5. When a Customer Interrupts a Discussion Between the Employee and Another Customer90 6. 如何应对因不愉快的经历对你的公司抱有负面看法的客户 6. When a Customer Has a Negative Attitude About Your Company Due to Past Experiences92 7. 如何应对向客户解释公司政策或程序的情况 7. When You Need to Explain a Company Policy or Procedure94 8. 如何应对无法取得客户信任的局面 8. When a Customer Might Be Mistrustful 96 9. 如何应对客户遇到语音信箱困境的情况 9. When the Customer Has Been Through Voice-mail Hell98 10. 如何应对遇到语言交流障碍的情况 10. When a Customer Is Experiencing a Language Barrier100 11. 如何应对客户面临被“

<<500强老总都称赞的完美客服>>

- 踢皮球”的情况11. When the Customer Has Been “ Buck-Passed ” 102 12. 如何应对被要求按照规定执行一系列行动的客户12. When a Customer Needs to Follow a Sequence of Actions103 13. 如何应对客户对你能力的质疑与羞辱13. When the Customer Insults Your Competence105 14. 如何应对电话中客户的喋喋不休14. When a Customer Won't Stop Talking on the Phone106 15. 如何应对客户的吵闹与人身攻击(1)15. When the Customer Swears or Yells (1)109 16. 如何应对客户的吵闹与人身攻击(2)16. When the Customer Swears or Yells (2)111 17. 如何应对电话上客户的喋喋不休或辱骂(1)17. When a Customer Won't Stop Talking and Is Getting Abusive on the Phone (1)113 18. 如何应对客户在电话中的喋喋不休或辱骂(2)18. When a Customer Won't Stop Talking and Is Getting Abusive on the Phone (2)115 19. 如何应对一直在排队等候的客户19. When a Customer Has Been Waiting in a Line117 20. 如何处理自己无法回答的问题20. When You Don't Have the Answer119 21. 如何应对无人可以回答客户问题的情况21. When Nobody Handy Has the Answer121 22. 如何应对电话中客户需要等待的问题22. When You Need to Place a Caller on Hold123 23. 如何应对需要转接电话的客户23. When You Need to Route a Customer Phone Call125 24. 如何应对无权处理的问题24. When You Lack the Authority to...127 25. 如何应对客户要与上司见面的威胁25. When a Customer Threatens to Go Over Your Head128 26. 如何应对客户要求与主管谈话26. When a Customer Demands to Speak with Your Supervisor130 27. 如何应对客户要求和主管谈话但主管没空的情况27. When a Customer Demands to Speak with Your Supervisor, Who Isn't Available132 28. 如何应对客户到报社曝光的威胁28. When a Customer Threatens to Complain to the Press134 29. 如何应对客户要求与负责人见面29. When a Customer Demands to Speak to the “ Person in Charge ” 136 30. 如何应对客户犯的令人尴尬的错误30. When a Customer Makes an Embarrassing Mistake139 31. 如何应对客户因担心隐私泄漏而不愿透露个人信息的状况31. When a Customer Withholds Information Due to Privacy Concerns141 32. 如何应对来自客户的与人身伤害或财产损失有关的威胁32. When a Customer Threatens Bodily Harm or Property Damage144 33. 如何应对不了解自己需求的客户33. When a Customer Is Confused About What He or She Wants or Needs 147 34. 如何应对客户带有种族歧视的言论34. When a Customer Makes a Racist Remark 149 35. 如何应对客户带有性别歧视的言论35. When a Customer Makes a Sexist Remark151 36. 如何应对客户拒绝离开的状况36. When a Customer Refuses to Leave153 37. 如何应对客户对客服人员种族歧视的控诉37. When a Customer Accuses You of Racism155 38. 如何应对客户的挑拨离间(某某人说)38. When a Customer Plays One Employee off Another (“ So-and-So Said ”)157 39. 如何应对客户可能的行窃39. When a Customer Might Be Stealing159 40. 如何应对客户当众吵闹有意引起旁观40. When a Customer Is Playing to an Audience of Other Customers161 41. 如何应对有“被动-攻击”行为倾向的客户41. When a Customer Exhibits Passive-Aggressive Behavior163 42. 如何应对试图用非语言方式威胁人的客户42. When a Customer Uses Nonverbal Attempts to Intimidate165 43. 如何应对纠缠不清、反复打电话的客户43. When a Customer Makes Persistent and Frequent Phone Calls167 44. 如何应对其他客服人员没有回复(回拨)电话的状况44. When Someone Else Is Not Responding (No Callback)169 45. 如何应对需要澄清的承诺45. When You Need to Clarify Commitments171 46. 如何应对索要不允许公开的信息的客户46. When a Customer Wants Information You're Not Allowed to Give172 47. 如何应对客户主动提出改进客服工作的情况47. When a Customer Makes a Suggestion to Improve Service174 48. 如何应对找不到客户订单或者合同的情形48. When You Can't Find a Customer's Reservation/Appointment176 49. 如何跟进处理客户投诉/电话回访49. When You're Following Up on a Customer Complaint178 50. 如何准确识别内部客户50. Properly Identifying the Internal Customer180 51. 如何应对不遵循服务咨询流程的内部客户51. When an Internal Customer Isn't Following Procedures to Request Service182 52. 如何应对某些客户提出的不适当的商品或服务要求52. When the Customer Wants Something?That Won't Fill His Need184 53. 当你需要客户的反馈信息时53. When You Want Feedback from the Customer186 54. 如何应对客户对繁琐的手续、文书的抱怨54. When a Customer Complains About Red Tape and Paperwork188 55. 如何回复客户的投诉信件55. When You Need to Respond to a Customer Complaint Made in Writing190 56. 当预约信息丢失, 你不能兑现承诺时56. When a Reservation/Appointment Is Lost and You Can't Meet the Commitment192 57. 如何面对在接待室长时间等候的客户 57. When Customers Are Waiting in a Waiting Room194 58. 如何应对客户对商家已发现的问题的投诉 58. When a Customer Complains About a Known

<<500强老总都称赞的完美客服>>

Problem196 59. 如何应对客户提出的不合时宜的问题 59. When a Customer Asks Inappropriate Questions197 60. 如何应对客户提出的不可接受的商品退换要求 60. When a Customer Tries an Unacceptable Merchandise Return第三部分 社交传媒与客户服务关系Part Three Social Media and Customer Service321 社交传媒平台与客户服务关系分析 The Connection Between Social Media and Customer Service325 61. 扫描-关注-搜索(主动出击)61. Scanning, Watching, Searching (Proactive)326 62. 类选治疗法——争取主动, 优先处理重要客户投诉62. Triage: Proactively Prioritizing Complaints/Comments328 63. 与客户取得联系63. Contact!330 64. 主动出击, 处理客户投诉64. Proactive Complaint Handling

<<500强老总都称赞的完美客服>>

章节摘录

有关客户服务的书籍文章不计其数。

五花八门的建议、指南，从浅显平庸、缺乏新意的“微笑客服电话”到复杂笼统、难以把握的“以优质客服营造企业文化”——所有这些讨论，无论浅显或者是高深，其背后都掩藏着这样一条真理，那就是客户对自己服务质量的优、良、中、差的评判完全取决于直接与客户互动的客服从业人员本身的素质。

理论上讲，直接服务于客户，你就有能力左右他们的观念。

而与客户的面对面接触意味着你拥有绝佳的“理论联系实际”的机会。

作为客服人员，你的言行就是你的“工具”，是为你自己和你任职的企业创造正面的客户感知的保证。

无论你是新手还是经验丰富的客服人员，你的言行影响着客户对你的看法，这是无法左右的一个事实。

客户会形成自己的观点，而你的任务则是学会如何因势利导，营造出来自客户的正面观点。

可以说，客服人员的首要任务就是学会如何做到这一点。

或许你遇到的情形是薪水很低，一直打算放弃客户服务工作另谋高就，那又何必在意客户如何想呢？

答案其实很简单，那就是“利己主义”因素。

事实是客户对你的负面看法会令你的生活一团糟，比如他们生气、抱怨、刻意拖延妨碍服务于他人，甚至威胁、谩骂等，这些都会对你的工作平添压力；来自客户的怨气有时可能升级而威胁到你的人身安全。

而以上这些都源自于你对工作的消极态度。

因此，仅仅出于避免以上情况的发生，为自身考虑，也应当为提供优质客服尽心尽力。

退一步说，先把当下的事做好。

本书的目的在于教会你运用海量的技巧策略来应对各色各样的客户，让他们带着满意的客户体验离开。

详尽具体的应对技巧和措辞策略，教会你如何应对形形色色的客户案例，当然包括那些难缠的客户。学会如何接近客户并从他们身上获取有效信息，从而更高效、快捷、专业地应对各种棘手的客服问题。

本书最大的可取之处在于，书中涉及到的客服技巧能够有效满足客服从业者的不同需求，无论你从事餐饮服务、酒店大堂、医疗保健行业，还是为政府部门工作。

这本书会确切地告诉你如何做事，如何措辞，海量的案例确保你学会有效利用各种客服技巧。

现在让我们开始吧！

对我意味着什么？问题你为什么需要关注提供优质客户服务的问题？

你不是公司老板，而且即便你提供了优质的客户服务，也得不到赏识和加薪。

那又何必劳心费神呢？

理由其实很简单：其一，提高工作满意度，其二，减少压力与烦恼；其三，加强工作成就感。这三点极其重要。

首先，认为工作是“浪费”时间的人很少从工作中获得满足感。

我们大多数人需要工作有效益并从中获得成就感，无论是在快餐店帮助顾客挑选健康饮食搭配还是作为律师提供法律咨询。

如果你能提供高质量的客户服务，你会充分感受到自己存在的价值，并且从工作中获得自豪感。

你的一天也会过得轻松愉快。

成功地实施客户服务工作，比如让客户平静下来停止抱怨，你会从这样的点滴成就中获得快乐。

也许来自客户的感受比你自己的感受更重要，比如他会告诉你你做得很好。

这样的反馈会使你对自己的表现满意而让你更开心。

把自己的工作做好，并从中获得自豪感是防止职业倦怠的法宝。

P3-4

<<500强老总都称赞的完美客服>>

媒体关注与评论

通过本书的学习可以达到：化解客服困境避免恶化升级，应对客户投诉更专业更有耐心让客户满意销售额直线上升，营造并维护长期稳定的客户关系。

<<500强老总都称赞的完美客服>>

编辑推荐

《500强老总都称赞的完美客服》为您提供海量应对日常客户服务案例的措辞技巧，包括大量简单实用的客服案例应对策略；《500强老总都称赞的完美客服》帮助您应对最具挑战性的的客服需求；《500强老总都称赞的完美客服》掌握最完美有效的语言措辞可以助您完成如下目标：化解客服困境避免恶化升级；应对客户投诉更专业更有耐心；让客户满意销售额直线上升；营造并维护长期稳定的客户关系。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>