

<<呼叫服务员>>

图书基本信息

书名：<<呼叫服务员>>

13位ISBN编号：9787504581365

10位ISBN编号：7504581364

出版时间：2009-12

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：上海市职业培训研究发展中心 组织编写

页数：170

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>

## &lt;&lt;呼叫服务员&gt;&gt;

## 前言

职业资格证书制度的推行,对广大劳动者系统地学习相关职业的知识和技能,提高就业能力、工作能力和职业转换能力有着重要的作用和意义,也为企业合理用工以及劳动者自主择业提供了依据。

随着我国科技进步、产业结构调整以及市场经济的不断发展,特别是加入世界贸易组织以后,各种新兴职业不断涌现,传统职业的知识和技术也愈来愈多地融进当代新知识、新技术、新工艺的内容

。为适应新形势的发展,优化劳动力素质,上海市人力资源和社会保障局在提升职业标准、完善技能鉴定方面做了积极的探索和尝试,推出了1+X培训鉴定模式。

1+X中的1代表国家职业标准,X是为适应上海市经济发展的需要,对职业标准进行的提升,包括了对职业的部分知识和技能要求进行的扩充和更新。

上海市1+X的培训鉴定模式,得到了国家人力资源和社会保障部的肯定。

为配合上海市开展的1+X培训与鉴定考核的需要,使广大职业培训鉴定领域专家以及参加职业培训鉴定的考生对考核内容和具体考核要求有一个全面的了解,人力资源和社会保障部教材办公室、中国就业培训技术指导中心上海分中心、上海市职业培训研究发展中心联合组织有关方面的专家、技术人员共同编写了《1+X职业技能鉴定考核指导手册》。

该手册由“理论知识复习题”“操作技能复习题”和“理论知识模拟试卷及操作技能模拟试卷”三大块内容组成,书中介绍了题库的命题依据、试卷结构和题型题量,同时从上海市1+X鉴定题库中抽取部分理论知识题、操作技能试题和模拟样卷供考生参考和练习,便于考生能够有针对性地进行考前复习准备。

今后我们会随着国家职业标准以及鉴定题库的提升,逐步对手册内容进行补充和完善。

## <<呼叫服务员>>

### 内容概要

《1+X职业技能鉴定考核指导手册》由“理论知识复习题”“操作技能复习题”和“理论知识模拟试卷及操作技能模拟试卷”三大块内容组成，书中介绍了题库的命题依据、试卷结构和题型题量，同时从上海市1+X鉴定题库中抽取部分理论知识题、操作技能试题和模拟样卷供考生参考和练习，便于考生能够有针对性地进行考前复习准备。

本书为该系列手册之一，主要供“呼叫服务员”这一职业技能鉴定考试参加者自学参考。

## <<呼叫服务员>>

### 书籍目录

呼叫服务员职业简介第1部分 呼叫服务员（四级）鉴定方案第2部分 鉴定要素细目表第3部分 理论知识复习题 基础知识 计算机的使用 座席工具的使用 客户服务技巧 电话营销基础 客户服务管理第4部分 操作技能复习题 座席工具使用 业务服务能力运用第5部分 理论知识考试模拟试卷及答案第6部分 操作技能考核模拟试卷

## &lt;&lt;呼叫服务员&gt;&gt;

## 章节摘录

63. 要与客户保持长期而有效的联系时, 可以运用( ), 因为它是一个有效的跟踪手段。

A. 电话 B. 电子邮件 C. 定期拜访 D. 定期约会 64. 使企业生意兴隆的一个良好的方法

就是( )。

A. 加大业务拓展力度 B. 增加服务内容 C. 获得客户的推荐 D. 让利给客户 65. 来电客

户的一般可以分为三类, 对于( )的客户, 可以从数据库中快速查出以往通话记录, 帮助与客户沟通。

A. 双方比较熟悉 B. 通过电话但没有深入沟通 C. 双方从没有通过电话 D. 曾经与其发生过争执 66. 来电客户的一般可以分为三类, 对于( )的客户, 可以通过提问的形式了解客户的名字、联系方式及公司情况。

A. 双方比较熟悉 B. 通过电话但没有深入沟通 C. 双方从没有通过电话 D. 曾经与其发生过争执 67. 下列关于转接电话的说法中正确的是( )。

A. 在转接电话时, 有时会遇到同事占线时应挂断电话 B. 在转接电话时, 有时会遇到同事占线时叫对方晚点再打来 C. 在转接电话时, 有时会遇到同事占线时向对方道歉 D. 在转接电话时, 有时会遇到同事占线时留下对方的联系方式 68. 每100个接听电话中可以成交的数量我们称为( )

, 它越高, 说明销售人员的电话技巧运用得越好。

A. 成交量 B. 业绩 C. 成交率 D. 销售量 69. 每100个接听电话中可以成交的数量我们称为成交率, 它越高, 说明( )。

A. 销售人员的电话技巧运用的越好 B. 客户的需求越明确 C. 电话越容易接听 D. 产品越能打动客户

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>