第一图书网, tushu007.com

<<让投诉归零>>

图书基本信息

书名：<<让投诉归零>>

13位ISBN编号：9787802497405

10位ISBN编号：780249740X

出版时间：2011-1

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：王琛磷

页数：190

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

内容概要

企业在投诉处理中应该遵循的法则和自然规律是什么？
如何管理好客户服务代表和投诉客户的情绪？
如何与投诉客户进行有效沟通？
如何处理客户的疑难投诉和升级投诉？
如何做到客户投诉有章可循，有法可依？
作者根据多年的理论总结与实际深入企业调研和实际经验，结合企业受理投诉的不同渠道、不同层级、不同定位、不同岗位、不同权限的共同点和不同点，开发出系列有强烈针对性的投诉处理课程。
本书是作者结合目前企业投诉处理中需要解决的五大问题和国学思想综合应用的表现，从“用中国人的思想来解决中国人的问题”的角度出发，引用我国传统思想中的道家、儒家、墨家、兵家、法家思想，分别阐述企业投诉处理和管理中的道德原则、情绪心态、语言行为、对弈谋略和管理制度，是服务型企业管理中不可多得的一本好书。

作者简介

王琛磷
- 框架式自由培训创始人
- 投诉心理学研究倡导人
- 客户投诉处理谈判专家
- 中国通信行业法律援助

书籍目录

前言序一序二序三PART ONE 道篇——投诉处理中的道德原则 1.对客户投诉做到了如指掌 2.帮助客户就是帮自己 3.细节决定成败 4.永远不要与客户争辩 5.客服人员必备心态 6.客户投诉价值万金 ◎本篇小结PART 二 情篇——投诉处理中的情绪心态 1.真情服务暖人心 2.控制情绪多容忍 3.调控客户的情绪 ◎本篇小结PART 三 行篇——投诉处理中的语言行为 1.多观察投诉客户 2.多倾听投诉客户 3.发问投诉客户有技巧 4.从心理上尽量靠近客户 5.善于在变化中取胜 ◎本篇小结PART 四 计篇——投诉处理中的对弈谋略 1.客户服务需要审时度势 2.客户服务需灵活多变 3.客户服务力求智取 ◎本篇小结PART 五 法篇——投诉处理中的管理制度 1.没有规矩，不成方圆 2.管理投诉自成体系 3.制度重在执行 4.信息反馈系统是重中之重 5.客户投诉首问责任制 6.三位一体制度 ◎本篇小结后记

章节摘录

版权页：插图：然而，什么是大事？
什么是小事？
我们应该好好地想一想，大事是怎么构成的？
如果我们把这件事情仔细地思考一下，就会发现：所谓的大事都是由小事和细节组合成、堆积起的。
大事就像由积木搭就而成的摩天大楼。
假设没有一块一块的小积木，大楼根本无从谈起，就算有了，空中楼阁又能够支撑几时？
因此，做不好小事，抓不住细节，立大志、成大事便无从谈起。
所以，在我们客服人员的观念中不能有大事、小事之分，只能有链条细节之分。
只有扎扎实实地做好客服工作中的每一件小事，才能做好大事。
在做客户服务工作时，面对客户的投诉，哪怕是一个小细节，我们也不能忽视，要尽我们的最大努力，使客户满意。
只有这样，我们的客户服务工作的大事才能做得成、做得好。
(1)服务就是做细节当下时节，在激烈的市场竞争中，有一些企业已消声隐退，而有一些企业则日渐红火，那红火劲儿丝毫不受经济危机之影响。
究其原因固然很多，但其中有一点至关重要，那就是：关注细节。
服务行业的竞争状况已经愈演愈烈，我们甚至已经嗅到了服务竞争的硝烟。
每个服务型的企业，或者服务部门，为了得到客户的认可和关注，设置了相当多的环节来完善服务中的纰漏。
我们不用细心观察便可发现，那些心系客户，把细节做得出神入化的企业，得到的不只是客户的心，更有效益上的回馈。
客户服务的方面涵盖众多，不仅包括环境的安全整洁、硬件设施的完备与方便、商品的陈列，还包括退换货的保障、送货的便捷等服务。
应该讲，商店的所有设计、营运的所有环节都应考虑客户服务的因素，这体现在每一个日常的细节中，而不是仅仅体现在大型的服务活动或促销活动中。
某银行营业厅为了把优质服务落到实处，一直在服务设施上注重改进和提高，营业厅书写台上放置着客户用的粘笔，一般是坚直摆放的，工作人员发现客户使用时，总需要调整一下角度，再拿下来使用。
于是，细心的服务人员将粘笔摆放成倾斜于客户右手侧45度角的位置，这一小小的改动，方便了客户，并使得客户充分体验到了优质服务中的细节与关爱。
一句真诚的问候，一个小小的举动，乃至一次贴心的拜访，一次活动的策划……所有这些细节，都体现出服务的真功夫。
服务质量保证高水平，是服务型企业长久取胜的法宝，服务的内涵更多地在细微之处见“功夫”。
关注细节，就会减少投诉事件的发生。
也只有关注细节，才可能有效地规避投诉。
我们客服人员要着眼于每一件小事，完善每个服务流程，在细微之处体现“客户就是上帝”。
也只有从服务工作的每一件小事、每一个细节出发，想客户之所想，急客户之所急，企业才能在激烈的市场竞争中，得到客户的满意和认可。
客户服务无小事，作为面向广大客户服务的一些企业，想要百分之百地做到“零投诉”是很难的，也是不现实的。
但是，从小事出发，从细节出发，确实是一个服务企业做大、做强的关键，也是减少投诉的必由之路。
美国一家大型公司曾根据多年的客户服务经验得出统计：平均100个满意的客户会带来25个新客户，1次客户投诉就意味着还有20个有同感的客户；1个客户对服务满意会告诉另外的6个人，如果不满意则会告诉给22个人；开发1个新客户的成本相当于维护1个老客户的5～10倍。
有的公司在培训员工时总要强调：“在你的统计里，对待100名客户里，只有l位不满意，你可能骄傲

地认为只有1%的不合格，但对于该客户而言，他得到的却是100%的不满意。
你一朝对客户不善，公司需要10倍甚至更多的努力去补救。
在客户眼里，你代表公司。
”成功源于细节，任何一个品牌的成功，都是企业精细化管理的结果。
在产品和服务日趋同质化的今天，当客户对两个以上公司的产品或服务做比较时，相同的功能都被抵消了，而对决策起作用的就是那1%的细节。
对于客户的购买选择来讲，1%的细节优势决定了100%的购买行为。
因此，我们客服人员必须注重产品和服务的每一个细节，必须让每一位客户对我们的产品和服务感到满意。
真正处理好客户投诉，不是发生之后进行处理，而是在客户购买时，尽量做到完美，避免客户投诉事件发生。
(2)服务工作无小事客户在使用产品或接受服务的时候，造成其不满意的往往都是产品或服务的一些细节方面的不足，那么客户投诉的内容自然就是针对这些细节而提出来的，所以说客户投诉的大部分都是我们经常认为的所谓的“芝麻绿豆小事”。
而我们所需要做的就是通过这些客户投诉的小事情，去看到整个产品或服务的漏洞，然后去修补、优化它。
有一句老话用来形容客户投诉和企业之间的关系是非常贴切的——“千里之堤，溃于蚁穴”，企业犹如一条防洪堤坝，客户的投诉就是堤坝上一个个细小的蚁穴，我们如果不加以重视客户那些细小的投诉，那么，企业终究会被不断衍生的蚁穴所掏空而崩溃倾塌。
老子在《道德经》第六十四章中说：“合抱之木，生于毫末；九层之台，起于累土；千里之行，始于足下。
”一件事做好、做对不难，坚持一天不难，坚持一周也不难，坚持一年或更长的时间也许会很难。
再简单的事情(动作)能坚持一年或以上的时间，却仍然有热情与激情，并一丝不苟地做下来的人，确实少见，我们客户服务人员应该锻炼成为这样的人。

媒体关注与评论

本书集道、儒、纵横、兵、法五家思想，既体现了“上兵伐谋”——投诉处理应遵循的策略，又体现了“上善若水”——处理投诉应有的正面心态，帮助企业实现投诉管理由单一的“治标”向系统的“标本兼治”进行转变。

——马勇随着我国法律体系的不断完善，消费者的维权意识也越来越强，如果一个客户的投诉没有处理好，将会演变成一场官司，给企业带来巨大的危机。

为了解决企业在投诉管理和员工投诉处理中的困扰，本书结合国学思想讲述如何让企业和客户的争议提前终止于投诉中。

——陈家华王老师将技巧与法律的结合，让我们摆脱了我们以往用“企业内部规定”来说服客户的牵强的困境，迎来了企业投诉处理人员处理投诉中直接用相关法律条文来与客户明确双方权利义务的新境界。

——王国英

编辑推荐

《让投诉归零》：运用国学智慧巧解客户投诉成就优秀客服队员的五大修炼正确处理客户投诉=提高客户的满意程度正确处理客户投诉=增加客户推广产品的积极性正确处理客户投诉=丰厚利润

第一图书网, tushu007.com

<<让投诉归零>>

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