

<<顾客投诉管理与处置技巧>>

图书基本信息

书名：<<顾客投诉管理与处置技巧>>

13位ISBN编号：9787806779521

10位ISBN编号：7806779523

出版时间：2005-3

出版时间：广东经济出版社

作者：刘尧坤等编

页数：200

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;顾客投诉管理与处置技巧&gt;&gt;

## 内容概要

在过去，一提到顾客投诉，人们首先想到的是“麻烦、挑剔、成心找茬”。而企业面对顾客投诉时也经常是害怕投诉或采取回避政策，没有真正意识到顾客投诉蕴藏的巨大价值。

但随着日趋激烈的市场竞争和买方市场的全面形成，市场竞争手段、竞争意识的知识化和专业化，提供高质量、高技术的产品和优质服务是企业永恒的主题。

企业的成功取决于能否使顾客满意，企业为了寻求持续发展就需要适应“以顾客满意为中心”这一新的竞争形式下建立的新的竞争法则。

顾客投诉管理是企业产品和服务管理系统中的一个组件，它是“以优质服务为顾客创造价值”为核心理念，为顾客快速、圆满地解决投诉，赢得顾客满意和忠诚的重要法宝，也是当今企业获得竞争优势的利器。

本书从管理创新的理论和方法出发，着眼于用系统管理的方法阐述了顾客投诉的各个要素。以现代顾客优质服务和投诉管理理论为基础，对现代顾客投诉管理的理念和价值进行了深入分析，介绍了目前国际上有关顾客投诉管理的趋势和发展情况，提出了企业建立顾客投诉管理体系的途径和理想模型，结合制造、通信、航空、金融等行业成功和失败的典型案例，总结出了操作性强、易于掌握的有效处置顾客投诉的六大方法和六大沟通技巧。

为急切希望提高顾客投诉管理水平和顾客投诉处置技巧的企业和个人提供了内容系统、方法实用的管理工具。

全书共分五章。

第一章来自顾客的声音，引用了消费者协会的统计数据和企业顾客投诉管理成功和失败的案例阐述了顾客投诉的价值。

引导读者摒弃传统的顾客投诉观念，重新认识顾客投诉及其价值。

第二章以客户满意理论为基础。

分析了投诉顾客的心智模式和顾客满意与顾客投诉的关系，揭示了顾客投诉的原因，并运用系统思考方法，深入剖析了传统的顾客投诉处置失效的四大原因。

第三章运用系统化的管理思想分析了顾客期望的投诉管理体系，介绍了国际上最新的、应用较广泛的先进的投诉管理体系标准和指南，提出了组织如何建立和实施投诉管理体系的方法和步骤。

第四章阐述了作为一名投诉服务人员应该具备的顾客服务观念、服务意识和综合素质，如何从顾客的角度理解和准确把握顾客的需求，综合运用看、听、说、动等技巧化解顾客抱怨，将投诉顾客变为满意顾客进而培养成企业的忠诚顾客。

第五章以成功处置顾客投诉的六大步骤为基础，结合顾客投诉中的常见问题，以案例研讨和实战练习的方式推出成功处置投诉的六大方法和六大技巧，分析难以应对的六种顾客投诉的心理特征，提出了应对的策略。

最后结合著名的投诉危机案例详细分析了企业应对投诉危机的策略和对策。

本书完善和丰富了顾客投诉管理的理论和实战方法，对顾客投诉管理的理论和处置技巧加以系统的阐述和总结，是目前国内介绍顾客投诉管理理论和方法最为全面和实用的一本书。

读者可以通过本书吸收现代的顾客投诉管理理念，认识建立和实施投诉管理体系的重要性，将娴熟的顾客投诉处置方法和技巧应用于企业的管理和工作实践中，帮助企业寻找提高顾客满意度和忠诚度，提升企业的核心竞争力，使企业在日益激烈的全球化竞争环境中获得竞争优势。

## &lt;&lt;顾客投诉管理与处置技巧&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 顾客投诉的价值--良药苦口利于病, 忠言逆耳利于行第一节 倾听顾客的声音1. 《消费者权益保护法》颁布实施10年以来中消协受理的投诉2. 《消费者权益保护法》颁布实施10年以来中消协受理的服务投诉3. 深圳市消费者协会2004年第2季度受理的顾客投诉统计第二节 重新认识顾客投诉1. 投诉的顾客的价值2. 重新认识顾客投诉第三节 顾客投诉管理的价值1. 顾客投诉管理的三大定律2. 顾客投诉管理与顾客流失3. 如何进行顾客投诉管理第四节 理想的顾客投诉管理模型第二章 体验投诉的顾客的心--将心比心、换位思考第一节 顾客为什么会投诉1. 投诉的顾客对什么不满2. 顾客满意与顾客投诉分析3. 顾客投诉的主要原因第二节 投诉的顾客的心智模式与需求1. 顾客投诉时的心智模式2. 非投诉抱怨顾客的心智模式; 3. 顾客投诉后的心智模式4. 顾客投诉的真实目的5. 投诉的顾客最需要什么第三节 顾客投诉处置为什么会失效1. 投诉处置失效的原因之一: “视顾客为陌生人” 2. 投诉处置失效的原因之二: “结构影响行为” 3. 投诉处置失效的原因之三: 意识的误区4. 投诉处置失效的原因之四: 没有掌握更多的技能第三章 顾客投诉管理体系的建立与实施--没有规矩, 不成方圆第一节 建立顾客投诉管理体系的目的和作用1. 建立投诉管理体系的目的2. 投诉管理体系的作用第二节 顾客期望的投诉管理体系1. 到哪里去投诉2. 怎么投诉3. 我的投诉会解决/有个说法吗4. 顾客期待的投诉管理体系第三节 国际上顾客投诉管理标准现状与发展概况1. AS 4269: 1995--投诉处置标准 (AS 4269 Complaints Handling, 澳大利亚)2. BS 8600: 1999--投诉管理体系—设计与实施指南(英国)与CMSAS 86: 2000--投诉管理体系规范(英国)3. JISZ9920: 2000--投诉处置指南(日本)4. ISO10002: 2004--质量管理-顾客满意-组织投诉处置指南第四节 投诉管理体系的基本概念与术语介绍1. 有关的质量管理的概念和基本术语2. 有关投诉过程管理方面的概念和基本术语第五节 投诉管理体系的基本模式与理解1. 范围2. 总则3. 术语与定义4. 投诉管理体系要素第六节 投诉管理体系的建立与实施1. 组织建立投诉管理体系(CMS)需要考虑的因素2. 建立投诉管理体系方法论3. 投诉管理体系的建立和实施的程序与步骤4. 投诉管理体系的建立5. 投诉管理体系的实施附件1: 某通信企业的投诉管理流程(矩阵式流程案例)附件2: 某PCB制造公司客户投诉处理规范附件3: ABS培训中心申诉和投诉处理流程附件4: 典型投诉记录表格第四章 客服人员的素养--满意服务从心开始第一节 客服人员服务观念和服务意识1. 客服人员的服务观念2. 客服人员的服务意识3. 走出服务意识的误区第二节 客服人员应该具备怎样的素质1. 个人修养2. 心理素质3. 专业素质4. 综合素质第三节 客服人员应掌握的服务技能1. “看”的技巧2. “听”的技巧3. “说”的技巧4. “动”的技巧第五章 有效处置顾客投诉的方法和技巧——工欲善其事, 必先利其器第一节 平息顾客投诉的六个步骤1. 第一步: 顾客发泄、充分道歉2. 第二步: 受理顾客投诉3. 第三步: 协商解决、处理问题4. 第四步: 答复顾客5. 第五步: 特事特办--如果顾客仍不满意, 征询他的意见6. 第六步: 跟踪服务第二节 有效处置顾客投诉的方法1. “一站式服务法” 2. “服务承诺法” 3. “替换法” 4. “补偿关照法” 5. “变通法” 6. “外部评审法” 第三节 有效处置顾客投诉的沟通技巧1. 平息顾客投诉的沟通技巧一: “移情法” 2. 平息顾客投诉的沟通技巧二: “三明治法” 3. 平息顾客投诉的沟通技巧三: “谅解法” 4. 平息顾客投诉的沟通技巧四: “3F法” 5. 平息顾客投诉的沟通技巧五: “7+1说服法” 6. 平息顾客投诉的沟通技巧六: “引导征询法” 第四节 如何面对难以应对的投诉顾客1. 感情用事型2. 固执己见型3. 无理取闹型4. 暴力倾向型5. 有备而来型6. 宣传扩大型第五节 顾客投诉中的危机管理1. 顾客投诉与企业的危机2. 正确认识企业投诉危机3. 什么是危机管理4. 企业的投诉危机管理5. 企业投诉危机潜在的原因分析6. 投诉危机处理的原则7. 投诉危机处理的策略8. 如何预防投诉危机的发生9. 投诉危机管理的媒体策略

## <<顾客投诉管理与处置技巧>>

### 编辑推荐

海博智业顾问团队力求告诉您实战的经验和技能，将多年的管理及咨询实践中的研究和心得与您分享，“十年磨砺成一剑”，倾心推出“海博智业管理书系”。

我们唯愿本丛书能启迪您的管理智慧，为您提供实战经验，成为您身边的实战手册和管理顾问。

我们致力于传播先进的管理理念和管理技术，以专业的咨询和培训服务为客户创造价值，帮助客户解决管理中的难题，提升管理的效率，增加利润。

我们奉行：“卓越的咨询服务为顾客创造价值”的服务理念。

我年的实践、多年的积累造就了一批具有多专业跨学科的资深顾问，形成了通信、税务、航空、金融、制造等行业管理咨询和培训的专业优势。

业务涵盖：战略管理、运营管理、人力资源管理、市场营销管理、优质客户服务管理、标准化与规范化等管理咨询和培训服务。

海博顾问团队已成功地为300多家组织提供过满意的咨询和培训服务，深受客户的信任。

主要客户有：中国移动、中国电信、中国联通、中国工商银行、深圳发展银行、太平洋保险、南京地税、新疆航空、TCL、三星、美的、三一重工、香港港口集团等。

<<顾客投诉管理与处置技巧>>

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>