

<<客户异议与投诉处理>>

图书基本信息

书名：<<客户异议与投诉处理>>

13位ISBN编号：9787040296938

10位ISBN编号：7040296934

出版时间：2010-7

出版时间：崔亮 高等教育出版社 (2010-07出版)

作者：崔亮 编

页数：95

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>

<<客户异议与投诉处理>>

前言

近年来,我国各级政府越来越重视服务业的发展,国务院接连出台加快发展服务业的指导意见,服务经济渐渐成为当前的热门话题。

服务业已从过去的从属产业成为经济发展的排头兵,服务经济也已成为继农业经济和工业经济之后的第三种经济形态。

服务经济的本质是知识技术和关系。

随着人们对服务认识的深入,越来越多的消费者开始注重保护自身权益,客户投诉也随之变得越来越多,正确处理客户投诉,增加客户价值成为许多企业研究的课题。

为此,企业也越来越重视客户服务人员处理客户投诉能力的培训。

在这种情况下,我们编写了这本《客户异议与投诉处理》,希望能给中等职业学校客户服务与管理专业的学生,或者从事相关工作的社会在职人员提供一定的帮助。

本书是根据《国家职业标准——呼叫中心客户服务座席员》的基本要求,结合中职学生培养目标编写的,介绍了客户投诉概述、客户投诉的心态与处理、建立有效的客户投诉管理体系、减少投诉的产生、客户投诉危机管理、客户投诉预防管理及处理客户投诉实务。

本书力求用通俗的语言、简明的案例说明企业客户投诉的基本理论与处理方法,使本书具有较强的可操作性。

每章开篇均以精心选择的卷首案例作为切入点,通过对案例的讨论与分析导入学习内容,每章最后一节则通过案例学习与实训检查学生的知识技能掌握情况,每章后自测题为教师检查学生学习情况提供了方便。

<<客户异议与投诉处理>>

内容概要

全书根据《国家职业标准——呼叫中心客户服务座席员》的基本要求，结合中职学生心理特点编写而成。

内容包括：客户异议与投诉概述、客户投诉的心态与处理、建立有效的客户投诉管理体系、减少投诉的产生、客户投诉危机管理、客户投诉预防管理及处理客户投诉实务。

为营造教学氛围，全书各章均用卷首案例导入，通过对案例的讨论引出教学内容，使学生从对社会的感知切入到学习内容；每章最后一节均配有相关案例学习与课堂实训任务，便于教师组织课堂教学和学生课后学习与自测。

《客户异议与投诉处理》可以作为中等职业学校客户服务与管理专业“客户异议与投诉处理”课程的教学用书，也可以作为其他各类社会教育、短期培训的教材。

<<客户异议与投诉处理>>

书籍目录

1 客户异议与投诉概述1.1 客户异议1.1.1 客户异议概述1.1.2 处理异议的原则1.1.3 客户异议处理技巧1.2 投诉概述1.2.1 投诉的概念1.2.2 客户投诉的原因分析1.3 客户投诉的价值1.3.1 一道简单数学题的内涵1.3.2 客户投诉的价值分析1.4 案例学习与实训1.4.1 案例学习1.4.2 实训任务2 客户投诉的心态与处理2.1 客户投诉心态分析2.1.1 客户投诉的产生2.1.2 客户投诉的心理分析2.1.3 不满意的客户不投诉的原因2.2 客户投诉的处理流程2.2.1 投诉信息接受及初步鉴别2.2.2 投诉分类、呈报和传递2.2.3 投诉责任界定及原因分析2.2.4 客户投诉处理流程图2.3 客户投诉处理原则和策略2.3.1 客户投诉处理原则2.3.2 客户投诉处理策略2.3.3 客户投诉时关心的问题及处理2.4 案例学习与实训2.4.1 案例学习2.4.2 实训任务3 建立有效的客户投诉管理体系3.1 客户投诉管理体系的内涵和特点3.1.1 客户投诉管理体系的内涵3.1.2 客户投诉管理体系的特点3.2 建立客户投诉管理体系的要素3.2.1 树立“以客户为中心”的投诉管理理念3.2.2 建立投诉管理组织体系3.2.3 建立投诉闭环管理机制3.2.4 建立投诉管理支撑平台3.2.5 培养投诉处理专家队伍3.2.6 客户投诉管理的跟踪评价3.3 案例分析与实训3.3.1 案例学习3.3.2 实训任务4 减少投诉的产生4.1 投诉的预防4.1.1 防患于未然4.1.2 制定投诉处理预案4.2 建立完备的业务流程4.2.1 从客户角度出发完善流程4.2.2 流程管理的注意事项4.3 塑造自我批评的企业文化4.3.1 自我批评的企业文化的内涵4.3.2 如何塑造自我批评的企业文化4.4 完善发现问题的制度4.4.1 寻找和发现显性与隐性问题的具体制度4.4.2 发现问题的具体制度4.4.3 寻找和发现显性与隐性问题的具体制度4.4.4 发现问题的具体制度4.4.5 寻找和发现显性与隐性问题的具体制度4.5 案例学习与实训4.5.1 案例学习4.5.2 实训任务5 客户投诉危机管理5.1 客户投诉危机概述5.1.1 危机的定义和特点5.1.2 客户投诉危机的定义和表现形式5.1.3 危机管理的一般原则5.2 如何预防客户投诉转化为危机5.2.1 正确看待客户投诉5.2.2 应对客户投诉的心理准备5.2.3 应对客户投诉转化为危机的具体措施5.3 建立客户投诉危机管理机制5.3.1 客户投诉危机管理的意义5.3.2 客户投诉危机管理机制的内容5.4 案例学习与实训5.4.1 案例学习5.4.2 实训任务6 客户投诉预防管理6.1 提高员工满意度,有效减少客户投诉6.1.1 员工满意度6.1.2 提高员工满意度的作用6.1.3 提高员工满意度的方法6.1.4 影响员工满意度的因素6.2 改进客户服务质量,提高客户满意度6.2.1 客户服务质量6.2.2 客户服务质量的三个阶段6.3 与客户建立伙伴关系6.3.1 客户伙伴关系6.3.2 与客户建立伙伴关系的方法6.4 客户升级投诉的预防性管理6.4.1 升级投诉6.4.2 客户升级投诉的原因6.4.3 客户升级投诉预防6.5 案例学习与实训6.5.1 案例学习6.5.2 实训任务7 处理客户投诉实务7.1 了解客户投诉期望的技巧7.1.1 客户期望的形成7.1.2 客户期望的再认识7.2 投诉处理过程中的谈判技巧7.2.1 学会“承认”7.2.2 表示同情和歉意7.2.3 用积极的态度应对客户的需求7.2.4 对客户的批评指教虚心接受、充满感激7.2.5 快速采取行动,补偿客户投诉损失7.2.6 追踪客户投诉处理的具体落实情况7.3 一般投诉的处理技巧7.3.1 要有效地倾听客户各种不满陈述7.3.2 诚心诚意地向客户道歉7.3.3 向客户提供解决方案7.3.4 让客户认同解决方案7.3.5 执行解决方案7.3.6 总结客户投诉处理结果7.4 重大投诉的处理技巧7.4.1 重大投诉的识别7.4.2 重大投诉的处理原则及处理程序7.5 投诉处理结束之后的跟踪管理7.5.1 投诉跟踪管理途径7.5.2 投诉跟踪管理调查表填写7.6 案例学习与实训7.6.1 案例学习7.6.2 实训任务参考文献

<<客户异议与投诉处理>>

章节摘录

插图：客户服务人员完全有可能预先揣摩到客户异议并抢先处理的，因为客户异议的发生有一定的规律性，如客户服务人员谈论产品的优点时，客户很可能会从最差的方面去琢磨问题。

有时客户没有提出异议，但他们的表情、动作以及谈话的用词和声调却可能有所流露，客户服务人员觉察到这种变化，就可以抢先解答。

(2) 异议提出后立即回答。

绝大多数异议需要立即回答。

这样，既可以促使客户购买，又是对客户的尊重。

(3) 过一段时间再回答。

以下异议需要客户服务人员暂时保持沉默，过一段时间再回答。

例如，异议显得模棱两可、含糊其辞、让人费解；异议显然站不住脚、不攻自破；异议不是三言两语可以辩解得了的；异议超过了客户服务人员的能力水平；异议涉及较深的专业知识，解释不易为客户马上理解；等等。

急于回答客户此类异议是不明智的。

经验表明：与其仓促错答十题，不如从容地答对一题。

(4) 不回答。

有些异议客户服务人员可以不回答，如：无法回答的奇谈怪论；容易造成争论的话题；废话；可一笑置之的戏言；异议具有不可辩驳的正确性；明知故问的发难；等等。

客户服务人员不回答时可采取以下技巧：沉默；装作没听见，按自己的思路说下去；答非所问，悄悄转换对方的话题；插科打诨幽默一番，最后不了了之。

3. 永不争辩原则 不管客户如何批评，客户服务人员永远不要与客户争辩，因为，争辩不是说服客户的好方法。

与客户争辩，失败的永远是客户服务人员。

一句客户服务行话是：“占争论的便宜越多，吃客户服务的亏越大。

”

<<客户异议与投诉处理>>

编辑推荐

《客户异议与投诉处理》是教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书

<<客户异议与投诉处理>>

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>