

<<售后业务>>

图书基本信息

书名：<<售后业务>>

13位ISBN编号：9787500596790

10位ISBN编号：7500596790

出版时间：2007-2

出版时间：中国财政经济

作者：许晨光 编

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;售后业务&gt;&gt;

## 前言

本书是财政部规划教材，由财政部教材编审委员会组织编写并审定，作为全国中等职业学校财经类教材。

这本教材具有以下特点：第一，从市场营销职业（岗位）分析入手，根据各岗位的实际工作要求和业务流程确定教材内容，而不是按照市场营销业务的种类安排教材内容。

第二，以国家职业标准为依据，教材内容涵盖推销员、营销师等职业标准的相关要求，有利于“双证书制”在教学中的贯彻和实施。

第三，打破传统的学科体系，较好地处理理论教学与技能训练的关系，以“管用、够用、适用”为教材编写的指导思想，在内容安排上少讲理论、多讲实际的业务操作，使学生学完课程以后就能够胜任售后业务工作。

第四，充分吸收市场营销领域中的新知识、新技术、新方法，为提高学生的就业能力和工作能力创造条件。

第五，语言表达简明、生动，多采用案例教学的方法，增强教材的趣味性和可读性。

每一章的开始都是以案例引入新的知识点，课后的习题也以案例分析和讨论为主，注重培养学生的创造性和解决问题的能力。

《售后业务》与《采购业务》、《店铺业务》和《销售业务》是一套丛书，在编写风格上是统一的。

每一章节首先明确学习目标，告诉学生学习的重点难点，然后以案例导入本章新的知识点。

每一章都会有相应的案例供学生讨论，课后的技能训练也以实操内容为主，不再强调学生对知识的记忆，而是以培养学生的实际运用能力为目标。

本书由广东省财政职业技术学校许晨光主编。

参加编写的人员有：广东省财政职业技术学校邓承忠（第一章）、许晨光（第二、六、七章），广州大学华软软件学院廖云珊（第三章），广东省财政职业技术学校麦方（第四章）、樊福生（第五章），由许晨光对全书进行修改和总纂。

在本书编写过程中，还借鉴和参考了其他市场营销方面的教材。

这些资料对本书的形成提供了极大的帮助，在此向这些文献的编者表示诚挚的感谢！

由于编写时间仓促，编者水平有限，错漏之处在所难免，恳请读者批评指正。

我们衷心希望大家在使用本书以后多提宝贵意见，使本书能够在修订时更加完善。

本书以培养零售业的一线工作岗位，如促销员、售货员、仓管员、收银员、客服人员等为培养目标，既可以作为中等职业学校市场营销专业教材，也可以作为企业对销售人员进行岗前培训的培训教材。

## <<售后业务>>

### 内容概要

《售后业务》具有以下特点：第一，从市场营销职业（岗位）分析入手，根据各岗位的实际工作要求和业务流程确定教材内容，而不是按照市场营销业务的种类安排教材内容。

第二，以国家职业标准为依据，教材内容涵盖推销员、营销师等职业标准的相关要求，有利于“双证书制”在教学中的贯彻和实施。

第三，打破传统的学科体系，较好地处理理论教学与技能训练的关系，以“管用、够用、适用”为教材编写的指导思想，在内容安排上少讲理论、多讲实际的业务操作，使学生学完课程以后就能够胜任售后业务工作。

第四，充分吸收市场营销领域中的新知识、新技术、新方法，为提高学生的就业能力和工作能力创造条件。

第五，语言表达简明、生动，多采用案例教学的方法，增强教材的趣味性和可读性。

每一章的开始都是以案例引入新的知识点，课后的习题也以案例分析和讨论为主，注重培养学生的创造性和解决问题的能力。

## <<售后业务>>

### 书籍目录

第一章 售后服务概述第一节 售后服务的内容第二节 售后服务机构第三节 售后服务的监督第二章 送货上门与安装调试第一节 送货上门服务的工作流程第二节 送货上门服务的礼仪第三节 家电类商品的安装调试第三章 客户投诉处理第一节 客户投诉的价值第二节 客户投诉处理的流程第三节 道歉与处理投诉的技巧第四章 货物的“三包”服务第一节 “三包”服务的内容第二节 “三包”服务的法律环境第三节 处理“三包”业务的技巧第五章 顾客管理第一节 顾客管理的重要性和方法第二节 顾客细分与顾客管理第三节 顾客管理的技巧第六章 客户满意度调查第一节 客户满意度调查内容第二节 客户满意度调查的程序第三节 客户满意度调查分析第七章 售后信息管理第一节 销售管理信息化第二节 销售信息分析第三节 库存信息分析第四节 利润信息分析参考文献

## &lt;&lt;售后业务&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：2.回访次数按设备种类划分：稳定土和水泥设备每3个月一次，共四次，每次时间间隔不大于4个月、不小于2个月。

沥青和干粉设备每2个月一次，共六次。

每次时间间隔不大于3个月、不小于1个月。

3.在此时间内的上门维修允许合算为回访一次，超过一次的只算一次。

4.有特殊情况可不用进行回访（如设备长期停用）时，在定期跟踪服务报告中加以注明。

5.每次回访必须填写定期跟踪服务报告单，并发回公司市场部后进行评估存档.作为售后服务工作考评的依据之一。

资料来源：中国混凝土网。

三、有礼貌地告辞在安装完毕后，安装人员应请客户在送货单上签名，方可告辞。

安装人员可以说：——先生，机器已经安装好了。

请您试机！

——机器可以正常工作，请您在这张安装单上签字确认。

——这是我们的售后服务电话，您有问题可以随时与我们联系！

——如果您没有其他问题，我就告辞了！

——感谢您购买本公司的产品！

——再见！

安装人员在离开时应该带齐工具，并将安装工作的剩余废料一起带走。

让我们看一看海尔公司的维修工程师在服务完毕后做了些什么：1.征询用户意见。

服务工程师在安装、维修完毕后要详细填写保修记录单内容，让用户对产品的维修质量和服务态度进行评价，并签名（如故障原因及维修措施需对用户进行适当隐瞒，则这两栏可以不填，等回到维修部后再进行填写）。

如果用户不填意见和签名，不要强迫用户签名；用户不满意则跟踪服务直至用户满意为止。

2.赠送小礼品及服务名片。

最后，服务工程师要向用户赠送小礼品及名片，若用户再有什么要求，可按服务名片上的电话进行联系。

如果用户要求服务工程师留下电话，服务工程师要向用户解释，名片上的电话为公司服务电话，若有什么要求，我们都会及时上门服务。

3.向用户道歉。

同用户道别时，服务工程师要走到门口时先脱下一只鞋套跨出门外，再脱另一只鞋套，站到门外，最后再次向用户道歉。

如果在用户家中脱了鞋套，服务工程师要用抹布将地擦拭干净，并向用户道歉。

在产品同质化日益严重的今天，售后服务作为销售的一部分，已经成为众厂家和商家争夺消费者的重要领地，良好的售后服务是下一次销售前最好的促销，是提升消费者满意度和忠诚度的主要方式，是树立企业口碑和传播企业形象的重要途径。

在这方面，海尔无疑是做得最出色的，也是做得最早的。

海尔在售后服务方面积累了大量经验，其服务模式已经成熟稳定，深得消费者认可。

## <<售后业务>>

### 编辑推荐

《售后业务》：财政部规划教材，全国中等职业学校财经类教材。

<<售后业务>>

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>