

<<非正常投诉应对方略>>

图书基本信息

书名：<<非正常投诉应对方略>>

13位ISBN编号：9787506639774

10位ISBN编号：7506639777

出版时间：2006-1

出版时间：中国标准出版社

作者：王寿魁

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>

<<非正常投诉应对方略>>

内容概要

北京方圆万里行应用技术研究院和中国标准出版社标准咨询服务部适时组织编著了《处理投诉与非正常投诉实用丛书》，供广大企业在处理投诉与非正常投诉工作中参考，希望能对相关工作起到一定作用，并最终为中国经济健康发展做小小的贡献。

维护企业合法权益，一靠法律，这是基础；二靠企业自身，这是根本；三靠消费者，这是市场；四靠政府，这是保障；五靠社会舆论，这是导向。

这“五靠”，是企业维护自身合法权益的致胜法宝，是企业妥善处理非正常投诉的不二法则。

一批优秀企业在非正常投诉面前，能够有理、有据、有节地依法维权，自如运用各种方法和技巧，成功化解相关纠纷，并以此为契机，进一步提高用户满意度，靠的就是这些。

本书为“处理投诉与非正常投诉”实用丛书之一，从制度上对企业合法权益进行有效保护。

<<非正常投诉应对方略>>

作者简介

王寿魁，1951年生人。

曾在山西省浑源县插队，当过铁路工人。

长期从事标准化、质量、法律、新闻工作，现任中国标准出版社法律顾问、标准咨询服务部主任，副编审、律师。

中国质量万里行促进会理事。

曾任《中国质量报》(中国技术监督报)记者，《中国标准导报》主编，中国质量万里行促进会教育培训部部长，法律事务部部长。

从1984年开始参与企业维权活动，为三百余家大中型企业打假、维权、诉讼、处理投诉提供支持，并担任二十余家大型企业法律顾问、质量顾问、投诉处理顾问。

1998年率先提出“非正常投诉”问题，并对这一现象进行理论研究和实践探索，引起广大企业共鸣。

<<非正常投诉应对方略>>

书籍目录

引言 第一讲 非正常投诉的基本概念 第二讲 非正常投诉的相关危害 一、侵犯企业合法权益 二、侵犯被投诉企业员工人身权利 三、侵犯消费者知情权、交易权 四、破坏企业生产经营秩序和市场经济秩序 五、滋生欺诈、不劳而获等不当得利现象 六、构成诚信危机,影响和谐安定的社会局面 第三讲 非正常投诉者心理剖析 一、要说法 二、要物质赔偿,包括钱和物 三、要求精神损害赔偿 四、恶作剧 五、误会 六、嫉妒 七、转嫁危机 八、报复 九、恶意欺诈 第四讲 非正常投诉的基本特征 一、无理索赔 二、索赔额度逐步升级 三、手段升级,不断施加压力 四、不走正道走邪道,不愿公了愿私了 五、不出具法定证据 六、恶意炒作 七、多选择国企、名优企业、名牌产品为投诉对象 八、多选择重要时间段和重要场合 九、特殊人物或特殊背景 十、地方保护主义色彩 十一、恶意要挟 第五讲 非正常投诉的内部成因 一、产品质量存在问题 二、故意制造劣质产品 三、服务质量有失水准 四、不真实标注,或虚假宣传 五、计量失准,商品量短缺 六、价格失控和价格欺诈 七、“说不清”就要承担责任 八、忽视细节,小事酿成大问题 九、侵犯用户人格尊严 第六讲 非正常投诉的外部成因 一、受假冒伪劣所累 二、对有关规定或约定的理解存在歧义 三、低端、低值产品引发纠纷 四、部分消费者投诉期望值过高 五、部分社会舆论导向有偏差 六、同行相残,恶性竞争 七、恶意投诉 八、地方保护主义作祟 九、法律制度不完善 第七讲 非正常投诉降低的有效举措是强化内部管理 一、有针对性地抓重点产品质量问题 二、持续改进服务 三、防微杜渐,抓小事、抓细节 四、先期负责制 五、诚信经营 六、以人为本,为用户提供人性化产品和服务 七、学法、知法、守法、用好法 八、标准是应对投诉的技术依据 九、采用ISO10002国际标准 建立处理投诉与非正常投诉的预警机制 第八讲 非正常投诉处理的必要条件是构建和谐的外部环境 一、紧密依靠各级政府和政府有关部门及司法部门 二、构筑并完善与媒体的良性关系 三、重视消费者维权机构的桥梁纽带作用 四、避免同业骨肉相残,结成自律联盟 五、与质量检验等中介机构保持密切联系 六、为非正常投诉可能带来的危害投保 七、正确对待非正常投诉现象 八、请公众来“挑刺儿” 第九讲 非正常投诉的处理原则 一、快速果断 二、实话实说 三、大事化小、适时妥协 四、冷处理原则 五、对重大原则问题决不私了 六、不该赔的绝不赔 七、对群体性突发事件坚持走群众路线 八、非正常投诉处理后的反思 九、节约处理投诉的成本和资源 第十讲 非正常投诉的应对措施 一、核实情况 二、启动非正常投诉应急预案 三、查找依据,确定维权方式 四、确定处理非正常投诉程序 五、及时收集证据 六、坚持对证据进行权威检测和鉴定 七、行政调解是处理非正常投诉的重要方式 第十一讲 非正常投诉的危机处理 一、适时开展非正常投诉危机公关 二、及时寻求政府保护 三、抢先与媒体沟通 四、危难之时拨打“110” 五、勇敢走上法庭 六、巧妙运用证据 七、加大宣传维权成果的力度 八、向恶意投诉者索赔 九、运用科技手段处理投诉 十、从非正常投诉危机中寻找商机 第十二讲 正常投诉的相关重要问题 一、公平对待外资企业及其产品 二、转基因食品安全问题 三、正确对待“职业打假人” 四、企业的自助行为与非法拘禁 第十三讲 非正常投诉与“霸王条款” 一、何谓“霸王条款” 二、“霸王条款”产生的原因 三、治理“霸王现象”和“霸王条款”依靠法制和市场 四、“格式条款”不等于“霸王条款” 五、“格式条款”依法拟订、履行可有效降低投诉 六、企业有权利制定维护自身合法权益的“游戏规则” 七、对恶意者应该有“霸气” 八、慎称“霸王条款” 第十四讲 非正常投诉中的媒体应对措施 一、媒体在促进企业经济发展上功不可没 二、个别不良媒体和不良从业人员确实存在 三、媒体侵权的几种表现形式 四、新闻媒体也需要打假 五、国家有明确规定,禁止虚假宣传和有偿新闻 六、依法监管新闻机构和新闻记者 七、对失实报道及时要求媒体纠正 八、该举报时就举报——投诉不良媒体和记者 九、向侵权媒体索赔 十、针对新闻侵权依法维权的几项原则 第十五讲 非正常投诉与损害赔偿 一、什么是损害赔偿 二、销售者应承担的产品瑕疵担保责任 三、生产者应承担的产品侵权损害赔偿责任和免责条件 四、销售者应承担的产品侵权损害赔偿责任 五、谁赔谁的问题 六、产品侵权损害赔偿范围 七、人身损害赔偿 八、财产损失的赔偿 结束语 后记

<<非正常投诉应对方略>>

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>