

电子商务新形态一体化教材
电商实战宝典系列

新型
活页式
教材

电商客户服务管理

主编 张瑞夫

DIANSHANG KEHU FUWU GUANLI



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

服务热线: 400-615-1233

配套精品教学资料包

www.huatengedu.com.cn

电商客户 服务管理

DIANSHANG KEHU FUWU GUANLI

策划编辑: 刘建
责任编辑: 边丽新
封面设计: 黄燕美

ISBN 978-7-5635-6920-5



9 787563 569205 >

定价: 49.90元

电子商务新形态一体化教材
电商实战宝典系列

电商客户服务管理

主 编 张瑞夫
副主编 钱玉华

DIANSHANG KEHU FUWU GUANLI



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

内 容 简 介

本书结合各高校电子商务及相关专业的教学特点,注重理实一体、学做结合,对电商客户服务管理分六个模块进行讲解,内容分别为电子商务客户服务认知、电子商务客服团队、客服的售前服务、客服的售中服务、客服的售后服务、客户关系管理。

本书既可作为各高校电子商务及相关专业的教材,也可作为电商从业者的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

电商客户服务管理 / 张瑞夫主编. -- 北京: 北京邮电大学出版社, 2023. 6(2024. 8 重印)

ISBN 978-7-5635-6920-5

I. ①电… II. ①张… III. ①电子商务—商业服务—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国国家版本馆 CIP 数据核字(2023)第 099711 号

策划编辑: 刘 建 责任编辑: 边丽新 封面设计: 黄燕美

出版发行: 北京邮电大学出版社

社 址: 北京市海淀区西土城路 10 号

邮政编码: 100876

发 行 部: 电话: 010-62282185 传真: 010-62283578

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 三河市骏杰印刷有限公司

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张: 12.75 插页 1

字 数: 264 千字

版 次: 2023 年 6 月第 1 版

印 次: 2024 年 8 月第 2 次印刷

ISBN 978-7-5635-6920-5

定 价: 49.90 元

· 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社发行部联系 ·

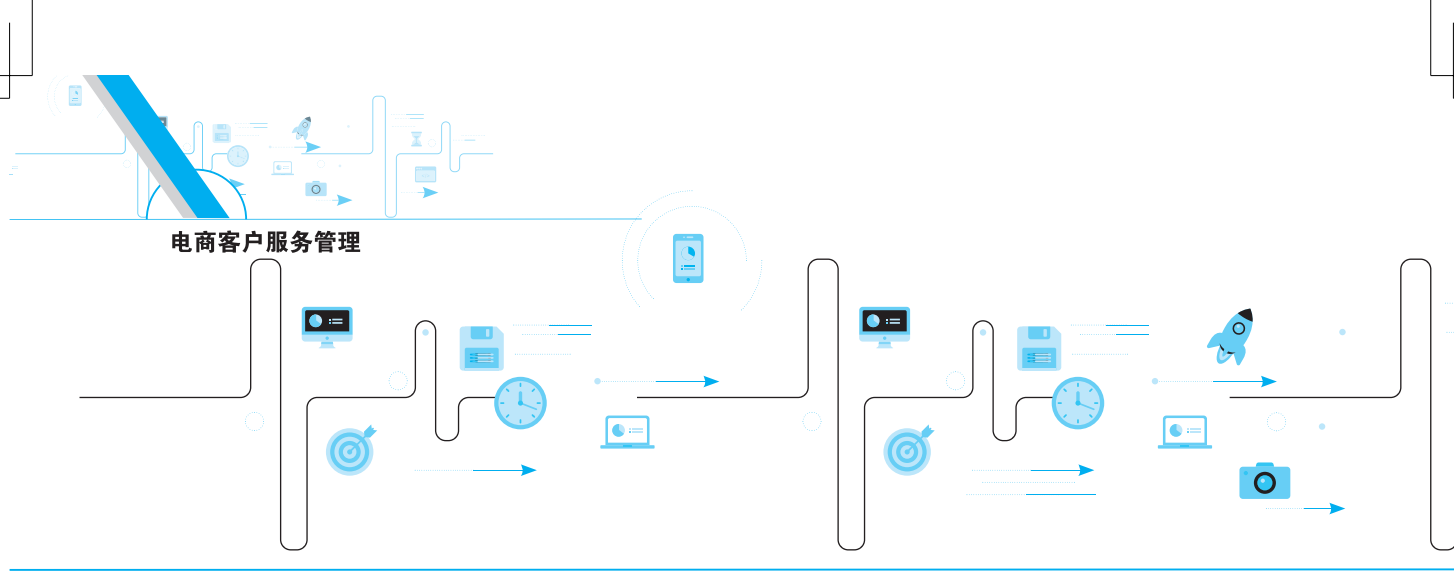
服务电话: 400-615-1233



我国电子商务的发展始于 20 世纪 90 年代，经过 30 多年的发展，电子商务行业已经在我国整个国民经济体系中占据了十分重要的地位。为深入贯彻落实党中央、国务院关于发展数字经济、建设数字中国的总体要求，进一步推动“十四五”时期电子商务高质量发展，根据《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》和《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，商务部、中共中央网络安全和信息化委员会办公室和中华人民共和国国家发展和改革委员会研究编制了《“十四五”电子商务发展规划》，并于 2021 年 10 月 9 日印发实施。这一发展规划的实施，显现出国家层面对电子商务行业的大力支持。

“电商客户服务管理”是我国各高校电子商务及相关专业开设的一门专业基础课，有的也被称为“网络客户服务”“网店客服”等。随着互联网电子商务的发展、网络购物的兴起和网店经营的日益火爆，网络客户服务的重要性也日渐突出，随之而来的是标准化网络客服人才的紧缺。“电商客户服务管理”课程将进一步规范电商客户服务领域，完善客户服务标准化流程，为培养电子商务领域的专业客服人员奠定理论基础。

习近平总书记在党的二十大报告的第五部分“实施科教兴国战略，强化现代化建设人才支撑”中强调，“加快建设教育强国、科技强国、人才强国，坚持为党育人、为国育才……办好人民满意的教育。”对于服务地方产业的电子商务专业的教育来说，要密



切关注时代的变化，将最新的趋势与动态前瞻性地融入教学，以保证人才的培养与时代同步。更重要的是，要在专业教学中落实立德树人的根本任务，推进课程思政建设，将社会主义核心价值观融入课堂教学，培养社会主义现代化建设所需的专业人才。

本书以现代企业电商客户服务岗位的工作过程为逻辑主线，系统全面地介绍了电商客户服务的相关知识，可使学生在循序渐进的学习和实训中提升服务素养，掌握客户服务技巧，逐步实现客户服务岗位职业角色的转换。

本书结合各高校电子商务及相关专业的教学特点，注重理实一体化、学做结合，详细讲解了电商客户服务管理涉及的知识点和技能点，并在每个模块的最后精心设计了具实用性和挑战性的技能训练，让学生能够“在学中做，在做中学”，熟练掌握电商客户服务管理的基础知识及基本操作。同时，每个技能训练的最后都附有训练评价表，以方便教学评判。

本书具有如下一些特点。

（1）根据行业电商客户服务岗位的要求编写，内容选取上以“必需、够用”为尺度，体现实用性原则。同时以“素质目标”的形式融入课程思政，引导学生树立正确三观，做好人生规划。

（2）采用活页式装订，单独设置“想一想”“做一做”，充分锻炼自主思维能力，摆脱机械式学习习惯。同时，以植入二维码的形式，拓展学生的认知能力。

（3）按节设置知识目标与技能目标，使知识点的分布更加细致化，同时每节后面设置“思考与练习”，便于读者细化和巩固所学知识。

（4）设置了“技能训练”板块，辅助理论知识学习，使学生更深刻地理解学和做之间的关系。

本书由常州机电职业技术学院张瑞夫任主编，江南影视艺术职业学院钱玉华任副主编。由于编者水平有限，书中难免存在不足之处，敬请广大读者批评指正。

编 者



模块1 电子商务客户服务认知

1.1	客户服务与电子商务客户服务	5
1.1.1	客户服务的定义与工作内容	5
1.1.2	电子商务客户服务的含义与内容	6
1.1.3	电子商务客户服务的工作内容	7
1.1.4	电子商务客户服务的分类	11
1.1.5	电子商务客户服务的作用	11
1.2	电子商务客服岗位基本素养	13
1.2.1	电子商务客服的基本素质	13
1.2.2	电子商务客服的工作心态	14
1.2.3	电子商务客服的基本技能	14
1.2.4	电子商务客服应具备的基础知识	16
1.3	电子商务客户类型及应对策略分析	18
1.3.1	不同类型客户的特点及应对策略	18
1.3.2	不同购买行为的客户的特点及应对策略	19
技能训练——体验不同平台网店客服		21

模块2 电子商务客服团队

2.1 电子商务客服团队的建设	27
2.1.1 初步组建团队	27
2.1.2 人员岗位组成	29



电商客户服务管理

2.2 电子商务客服团队的培训与客服岗位技能	32
2.2.1 客服人员岗前培训	32
2.2.2 客服人员职业生涯规划培训	34
2.2.3 客服岗位技能	34
2.3 电子商务客服管理机制	39
2.3.1 晋升机制	39
2.3.2 竞争机制	40
2.3.3 奖惩机制	40
2.3.4 监督机制	42
2.4 电子商务客服绩效考核制度	44
2.4.1 绩效考核指标	44
2.4.2 聊天质检	49
2.4.3 绩效方案设计应遵循的原则	49
2.4.4 绩效考核注意事项	50
2.5 电子商务客服情绪和压力管理	53
2.5.1 客服人员情绪管理	53
2.5.2 客服人员压力管理	55
技能训练——调研电子商务客服岗位的职责及要求	59

模块3 客服的售前服务

3.1 熟悉品牌与商品	65
3.1.1 品牌认知	65
3.1.2 商品知识	66
3.2 商品推荐技巧与禁忌	73
3.2.1 商品推荐技巧	73
3.2.2 商品推荐禁忌	75
3.3 熟知平台规则	78
3.3.1 了解平台交易规则	78
3.3.2 平台规则类别	79
3.3.3 卖家交易规则	79
3.3.4 卖家违规处理措施	80
3.3.5 卖家常见的违规行为	80



目 录

3.4 了解常见的在线客服工具	83
3.4.1 千牛工作台	83
3.4.2 即时通信软件	86
3.5 售前客服工作流程与原则	89
3.5.1 售前客服的工作流程	89
3.5.2 售前客服工作原则	94
3.5.3 常见售前客服话术	95
技能训练——写一份商品的宣传文案	97

模块4 客服的售中服务

4.1 在线沟通促成交易	103
4.1.1 灵活回答客户的问题	103
4.1.2 说服客户促成交易	105
4.1.3 关联商品推荐	109
4.1.4 在线沟通的技巧	112
4.1.5 消除买家的顾虑	113
4.2 应对买家议价	116
4.2.1 了解买家议价心理	116
4.2.2 应对议价的技巧	117
4.2.3 错误的议价处理方式	118
4.3 激发成交欲望	120
4.3.1 巧用买家的从众心理	120
4.3.2 激发买家购买欲望的技巧	121
4.4 确认订单和商品发货	122
4.4.1 确认订单	122
4.4.2 商品发货	124
技能训练——如何消除买家的顾虑	131

模块5 客服的售后服务

5.1 退换货与退款处理	137
5.1.1 退换货处理	137



电商客户服务管理

5.1.2 退款管理	141
5.2 纠纷与评价管理	145
5.2.1 纠纷管理	145
5.2.2 评价管理	150
技能训练——调研某电商平台的退换货规定	158

模块 6 客户关系管理

6.1 客户关系管理认知	165
6.1.1 客户关系管理的概念	165
6.1.2 客户关系管理的意义与目的	166
6.1.3 客户关系管理对企业的作用	167
6.1.4 电子商务环境下客户关系管理的特点	169
6.1.5 客户关系管理的原则	170
6.2 提高客户忠诚度	173
6.2.1 客户忠诚与客户忠诚度的内涵	173
6.2.2 客户忠诚的分类	174
6.2.3 客户忠诚度的作用	175
6.2.4 影响客户忠诚度的因素	176
6.2.5 提高电子商务客户忠诚度的途径	176
6.3 提升客户满意度	179
6.3.1 客户满意度与电子商务客户满意度的概念	179
6.3.2 客户满意度的作用	180
6.3.3 影响客户满意度的因素	180
6.3.4 提升客户满意度的途径	181
技能训练——撰写一份提升客户忠诚度与满意度的 实施方案	183

附录 客服人员沟通小技巧	185
---------------------	------------

参考文献	198
-------------	------------



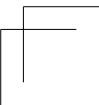
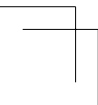
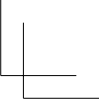
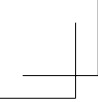
模块

电子商务客户服务认知

- 【学习目标】
- (1) 了解客户服务与电子商务客户服务的相关知识。
 - (2) 知道电子商务客服岗位基本素养。
 - (3) 掌握电子商务客户类型及应对策略。
 - (4) 掌握不同消费群体的心理差异。

- 【素质目标】
- (1) 能为自己设定工作目标。
 - (2) 具有团队合作的意识。

【建议学时】 6 学时。



 想一想

请看表 1-1 所示的两则冰箱的广告，然后选择其中的一款，并说明选择这款冰箱的理由。

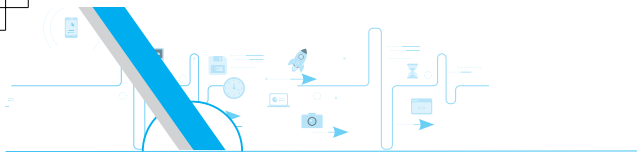
表 1-1 两款冰箱参数对比

对比项	兰妃冰箱	万和冰箱
颜色	蓝、黄、红、白、黑	红、白、蓝、黄
体积	190 cm × 140 cm × 80 cm	190 cm × 140 cm × 80 cm
容量	120 L	120 L
功能	冷冻、冷藏分开，零件进口率 95%，获得国际质量金奖；速冻保鲜，不串味；电压不稳时可自动断电	冷冻、冷藏分开，零件进口率 95%，获得国际质量金奖；速冻保鲜，不串味；电压不稳时可自动断电
最低制冷温度	-18 ℃	-16 ℃
售价	3 380 元	2 980 元
服务	保修 2 年，开通 24 小时热线电话。如果顾客在购买冰箱后发现商品销售人员夸大了冰箱的功能，可以立即退货。一旦冰箱发生故障，维修人员会在 24 小时内赶到现场。如果对维修人员的服务不满意，可直接通过电话或网络向客服中心反馈	保修 1 年，冰箱一旦售出，若无明显质量问题，概不接受退货

请回答：

(1) 通过对比分析以上两款冰箱，你觉得哪一款更加合适？为什么会选择这一款？

(2) 在现在激烈的市场竞争中，客户服务占有什么样的地位？



 做一做

1. 传统店铺的客户服务与电子商务店铺的客户服务之间存在怎样的区别？请进行相关调研，并填写表 1-2。

表 1-2 传统店铺与电子商务店铺的客服服务的区别

对 比 项	传统店铺的客服	电子商务店铺的客服
工作内容		
工作时间		
工作环境		
服务对象		
工作方式		

2. 通过查阅相关资料，了解电子商务售前、售中、售后客服，搜集其对应的案例，并对案例进行分析，说一说你从中得到了哪些启示，并填写表 1-3。

表 1-3 电子商务客户服务案例描述及启示

服务类型	案例简述	得到的启示
售前		
售中		
售后		



客户服务与电子商务客户服务

【知识目标】

- (1) 了解客户服务的定义与工作内容。
- (2) 熟悉电子商务客户服务的含义与内容。
- (3) 知道电子商务客户服务的工作内容。
- (4) 辨别电子商务客户服务的类型。
- (5) 知道电子商务客户服务的作用。

【技能目标】

- (1) 能够明确电子商务客户服务的工作内容。
- (2) 能够区分电子商务客户服务的类型。
- (3) 能够说出电子商务客户服务的作用。

1.1.1 客户服务的定义与工作内容

1. 客户服务的定义

客户服务 (customer service, CS), 简称客服, 是指以客户为导向, 企业通过营销渠道, 为满足客户的需求而提供包括售前、售中、售后等一系列服务的过程。广义而言, 任何能提高客户满意度的内容都属于客户服务的范围。

客户服务包括客户和服务两个方面: 客户是指企业需要服务的对象, 而服务则是指为一定的对象工作。

简单来说, 客户服务就是公司为客户提供其所需要的服务, 维护公司与客户之间的关系。客户服务的目的是满足客户的服务需求。企业为客户提供优质的服务, 最终目的就是要达



到客户的满意。

2. 客户服务的工作内容

客户服务的工作内容见图 1-1。

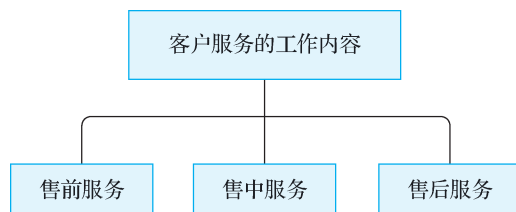


图 1-1 客户服务的工作内容

（1）售前服务。售前服务一般是通过广泛的市场调查来研究分析客户的需求和购买心理的特点，在向客户销售之前，采用多种方法来吸引客户的注意和兴趣，激发客户的购买欲望而提供的一系列服务。

（2）售中服务。当企业在售前服务这一环节中通过种种手段把客户吸引到企业当中时，企业的客户服务工作将迎接一个崭新的开始，在这个崭新的环节中，客户的需求由上一环节的产品信息需求转变成了更具体的态度需求、技能需求、知识需求以及环境需求等，能够满足客户多种需求的售中服务可以使客户在消费过程中感到更加满意和舒适，顾客的这种满意感和舒适感无疑有利于整个销售活动的顺利开展，也有利于企业实现和维持良好的客户关系。

（3）售后服务。售后服务是指商品在出售以后企业所提供的服务。售后服务既是一种促销手段，又是扩大企业影响、树立企业良好形象的方法，必须予以足够的重视。随着市场经济的发展，多种经济形式的出现，企业之间的竞争日益激烈，售后服务已发展成关系到企业生死存亡的大事。它不仅是一种强有力的促销手段，而且承担着“无声”宣传员的义务，而这种无声的宣传比那些夸夸其谈的有声宣传要高明得多，它是客户最可信赖的广告。

在企业客户服务过程中，售前、售中、售后都是帮助客户解决问题的，企业和具体客户服务人员都要有将客户满意作为工作动力的强烈动机。

1.1.2 电子商务客户服务的含义与内容

1. 电子商务客户服务的含义

电子商务客户服务（network customer service）也称“网上客服”，是基于互联网的一种客户服务，是指企业通过互联网为促进其产品或服务的销售，发生在客户与企业之间的网上交流活动。

如今，电子商务客户服务应用水平和知识实施能力已经不是“启蒙时期”，企业要做的

工作是实实在在地与客户建立“双赢”的电子商务客户服务专业价值服务体系，把产品和服务应用到企业经营的最前沿，同时，客户通过管理和技术的实践为企业提出改进产品和服务的建议。

2. 电子商务客户服务的内容

电子商务客户服务人员所提供的服务内容包括客户答疑、促成订单、店铺推广、售后服务等。客服人员需要处理客户投诉、受理订单业务（增补单、调换货、撤单等）、通过各种沟通渠道参与客户调查、与客户直接联系等。

1.1.3 电子商务客户服务的工作内容

前面讲到过，客户服务的工作内容包括售前服务、售中服务和售后服务三项。对于电子商务客户服务来说，其工作内容也包括这三项。

1. 售前客服的工作内容

售前客服主要从事引导性的服务，如客户（包括潜在客户）对产品技术方面的咨询，从客户进店咨询到拍下订单付款的整个工作环节都属于售前客服的工作范畴。售前客服的工作内容主要包括售前准备、接待客户、推荐产品、解决异议、下单指引、欢送客户等，如图 1-2 所示。

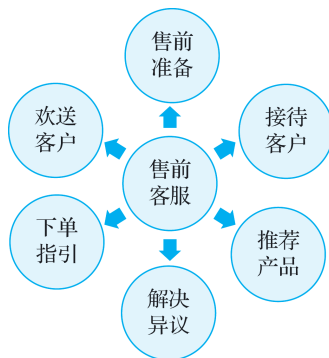


图 1-2 售前客服的工作流程

（1）售前准备。售前准备阶段的工作内容主要包括以下三个方面。

① 学会沟通技巧，熟悉产品：熟悉产品信息，并掌握基本的交流、沟通方法是网店客服最基本的工作。特别是店铺上架新产品前，要开展相关的产品培训，以便快速为客户答疑解惑。

② 熟悉沟通工具，了解活动：除了熟悉产品信息外，首先，客服人员还要掌握店铺正在进行的活动，熟悉活动的运作方式，并根据实际情况为客户介绍，以引起客户的购物兴趣；其次，还要掌握基本的沟通工具的使用。目前淘宝平台中使用的交流、沟通工具为千



电商客户服务管理

牛,在该工作平台中客服人员可以同时接待多个客户。掌握千牛的基本使用方法,如快捷回复、自动回复的设置方法,聊天时间排序的设置方法,客户分组的设置方法等,可以提高客服人员接待客户的效率。

③ 了解平台规则与注意事项:作为网购平台,必定有其运行的规则,客服需要先了解清楚,以免触犯规则被处罚。同时作为一名专业的客服人员,必须注意一些细节,要做到心里有数,方能在不违规的情况下促成更多的订单。

(2) 接待客户。售前客服人员应该做好随时接待客户的准备,并时刻保持热情、耐心、周到的服务态度。反应要及时,可以通过一些语气词来尽量调动气氛,给予客户热情、真诚的服务。

(3) 推荐产品。当客户咨询相关产品时,客服人员要从客户的话语中主动挖掘客户需求,专业、耐心地解答客户提出的问题。同时主动向客户推销产品,以产品的质量、卖点、优势等来打动客户,激发客户购物的欲望。可在适当的时候,推荐与产品相关联的其他产品,做到二次营销。

(4) 解决异议。当遇到疑难问题时,客服人员要通过自己的专业销售技巧来进行处理,并且始终保持着热情、耐心的态度。客户可能遇到的问题有以下几个方面。

- ① 产品问题:包括产品材质、产品尺寸、产品版型等。
- ② 发货问题:包括发货时间、快递时效等。
- ③ 操作问题:包括提交订单、使用优惠券、购买运费险等操作。
- ④ 服务问题:包括品牌售后服务、产品售后保障等。

(5) 下单指引。客户在店铺中成功下单后,客服人员要仔细核实订单,并发送给客户确认,充分体现出客服人员细心的服务水准,以及热情、周到的服务态度。

(6) 欢送客户。客户购物完成后,客服人员要向其表达感谢,体现出感恩、热情的态度。

2. 售中客服的工作内容

售中客服的工作主要集中在物流订单的处理,贯穿于从客户付款到订单签收的整个时间段。售中客服工作流程主要概括为以下四个方面,如图 1-3 所示。

(1) 订单确认及核实。下单后,售中客服需要第一时间与客户确认订单并核实信息,保证客服填写的信息正确无误,减少订单出错的概率。若发货后才发现客户姓名、地址或联系电话有误,应尽快与快递公司联系修改,保证货物及时送到客户手中。

(2) 装配商品并打包。核对订单无误后,应尽快装配商品并打包,做好商品的发货准备工作,保证商品能在第一时间到达客户手中。打包时要仔细检查商品与包装,避免商品出现瑕疵或者包装出现问题。同时,还要细心核对客户信息与快递信息,特别是客户添加的备注信息,一定不要遗漏。另外,也不要出现发错货或者少发货的情况。

(3) 发货并跟踪物流。做好商品装配与包装后,要及时通知物流公司揽货,并对订单

进行发货处理，告知客户已经正常发货。发货后，需要实时跟踪商品的物流状态。若发生意外事件而导致客户收货时间延迟，一定要事先与客户沟通，请求客户的谅解，并尽快与物流公司联系，尽快解决问题，以保证客户顺利收到商品。

当客户顺利收货后，若迟迟没有确认收货，可以稍加提醒，但不能生硬地要求客户确认收货。在这个过程中，可能会出现中、差评或投诉等问题。这时，客服人员需要冷静分析原因，尽最大能力给客户一个满意的答复，做到双赢。

（4）提醒客户及时收货。当货物运输到客户所在城市后，客服人员可以以短信或旺旺消息提醒的形式通知客户，商品已经到达所在城市，马上进行配送。当快递公司配送后，还要提醒客户及时收货，防止货物遗失。

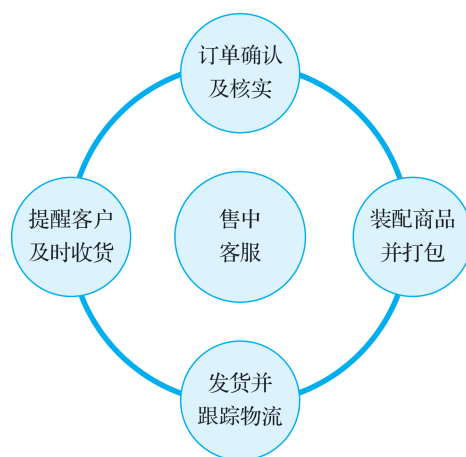


图 1-3 售中客服的工作内容

3. 售后客服的工作内容

售后服务质量是衡量网店服务质量的一个很重要的方面，好的售后服务不仅可以提高店铺的形象，还能留住更多老客户。图 1-4 所示为售后客服的工作内容，主要包括客户反馈问题处理，退换货、投诉处理和客户回访。

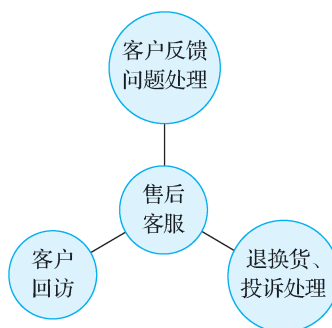


图 1-4 售后客服的工作内容



电商客户服务管理

(1) 客户反馈问题处理。客户收到货物后，在使用过程中可能会出现某些问题，在这种情况下，客户一般会找到店铺客服人员进行反馈，或是直接在评论中进行描述。若直接找到客服进行反馈，客服人员一定要认真对待，先安抚客户的情绪，再根据实际情况进行处理，尽量优先考虑客户的利益。

(2) 退换货、投诉处理。当客户提出退、换货请求时，客服人员应先了解客户退、换货的原因。若是由于产品或物流等商家方面的原因，客服人员要及时同意客户的请求并详细告知客户退换货的流程和注意事项，帮助客户快速处理，保证客户利益不受损害。图 1-5 显示了退换货的工作流程。客服遇到退换货问题时，需要按照这个流程来处理。

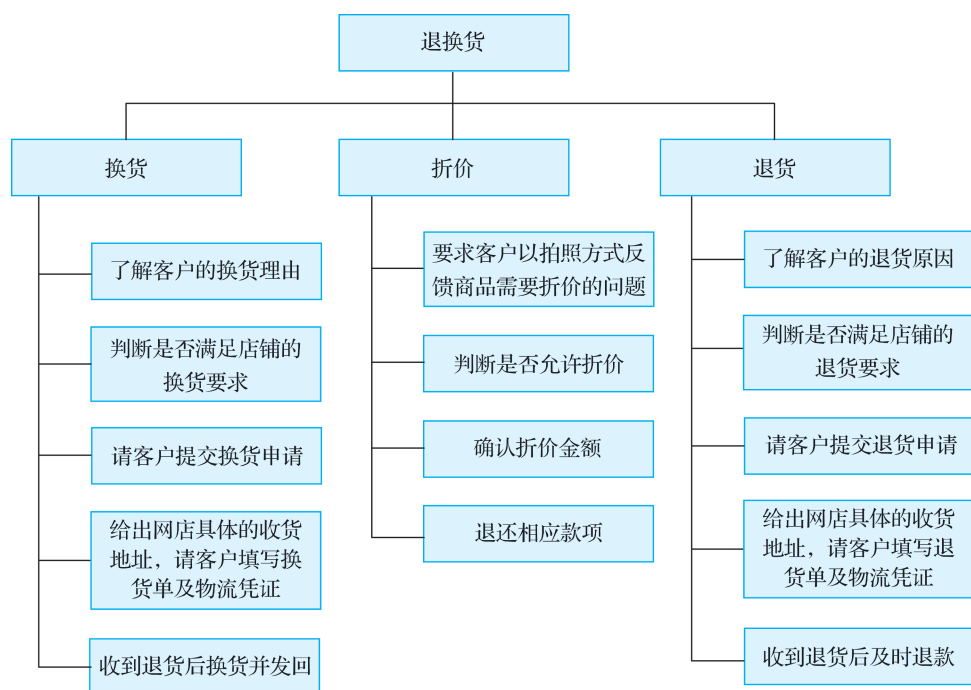


图 1-5 退换货的工作流程

若遇到客户投诉店铺，首先，店家应该进行自我反思，并分析产品遭到投诉的原因。若是由于自身原因则应承担后果，并向客户道歉。若是由于客户无理取闹，则要找人工客服进行询问，采取必要措施，保护自己正当的权益。

(3) 客户回访。售后工作还有一项重要的内容，就是客户回访。客户回访可以增加客户的黏度，加深客户对店铺的印象。客服人员可以通过短信、邮箱、旺旺等方式进行回访。回访的内容要避免毫无技巧的推销。可以简单告知店铺的最新活动，吸引客户主动购物的兴趣，或邀请客户参加店铺的产品质量调查，让客户感受到自身地位的重要性，同时要提高产品的价值。

1.1.4 电子商务客户服务的分类

根据不同的分类标准，电子商务客户服务可以分为不同的类型。

1. 按形式分类

按照电子商务客户服务的形式不同，可以将电子商务客户服务分为在线客服和语音客服两种。

2. 按业务职能分类

按照电子商务客户服务的业务职能不同，可以将电子商务客户服务分为售前客服、售中客服和售后客服。

3. 按工种分类

按照电子商务客户服务的工种进行分类，可以将电子商务客户服务分为售前客服、售中客服、售后客服、技术客服和中差评客服等。

1.1.5 电子商务客户服务的作用

综合来看，电子商务客户服务的作用主要表现在如下几个方面。

1. 塑造公司形象

对于网络购物来说，买家只是依据图片和文字描述进行购买，缺乏对实际情况的了解，容易产生距离感和不信任感。客服的一个笑脸（旺旺表情符号）或者一个亲切的问候，往往能让客户真实地感觉到他是和一个善解人意的人在沟通，有助于树立公司良好的形象。

2. 提高成交率

客服在线能够随时回复客户的疑问，可以让客户及时了解所需要的内容，确认商品是否与事实相符，打消顾虑，从而立即促成交易。

3. 提高客户回头率

当客户需要再次购买相同的商品的时候，往往倾向于选择他所熟悉和了解的商家，良好的客户服务可提高客户的重购率。

4. 更好的用户体验

电商客服有个很重要的角色就是可以成为用户在网上购物过程中的“保险丝”，当用户在线上购物出现疑惑和问题的时候，客服的存在可给用户更好的整体体验。



思考与练习

(1) 什么是客户服务?

(2) 什么是电子商务客户服务?

(3) 电子商务客户服务的工作内容有哪些?

(4) 电子商务客户服务的分类方式有哪些? 可分为哪些类型?



电子商务客服岗位基本素养

【知识目标】

- (1) 知道电子商务客服的基本素质。
- (2) 熟悉电子商务客服的工作心态。
- (3) 掌握电子商务客服的基本技能。
- (4) 知道电子商务客服应具备的基础知识。

【技能目标】

- (1) 培养自己具备电子商务客服的基本素质。
- (2) 能够调整工作心态。
- (3) 能够运用电子商务客服的基本技能。

1.2.1 电子商务客服的基本素质

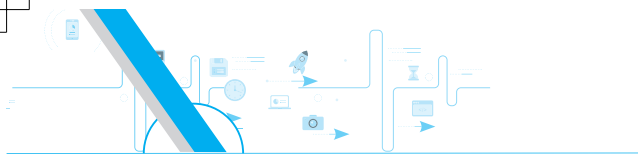
一个合格的电子商务客服应具备一些基本的素质，如心理素质、品格素质、技能素质以及其他综合素质等。

1. 心理素质

电子商务客服应具备的心理素质有灵活的应变能力，承受挫折打击的能力，情绪的自我掌控及调节能力，满负荷情感付出的支持能力，积极进取、永不言败的良好心态。

2. 品格素质

电子商务客服应热爱企业和岗位，具备忍耐与宽容、谦虚和谦和、勇于承担责任的品质，不轻易承诺、说到做到。



电商客户服务管理

3. 技能素质

电子商务客服应有良好的文字语言表达能力、高超的语言沟通技巧和谈判技巧，有丰富的专业知识、熟练的专业技能、良好的人际关系沟通能力。

1.2.2 电子商务客服的工作心态

客服每天都会在线直接面对客户，在接待客户的过程中，时常会遇到不同的问题、不同的人。从心理上来说，客服每天的压力是很大的，这就需要客服具备以下几种良好的心理素质和心态，能够迅速地融入团队以及工作中，并能够适当地发挥主观能动性，当出现问题时能够做出正确的判断，从积极、正面的角度处理问题。

1. 服务意识

客服在与客户交流的时候，应提供热情、细心、耐心的服务。客服要有主动服务的欲望和意识，积极地帮助客户解决问题，给客户良好的购物体验。

2. 责任心

客服在工作中需要具备高度的责任感，对客户提出的问题和要求要负责到底，直至给客户一个确切的结果，对岗位工作要本着负责任的态度认真地完成。

3. 上进心

客服应具有很强的上进心，要通过学习不断地提高自己的业务技能，为客户提供更优质的服务，为团队和店铺创造更高的价值。

4. 团队意识

团队协作精神对于客服来说也是非常重要的。客服不但需要与客服岗位的其他同事合作，同时也需要和店铺内其他岗位的同事合作，共同发现问题、解决问题，为店铺的健康发展共同努力。

5. 分享精神

一个优秀的团队不仅需要有良好领导能力的人作为核心，而且需要团队里的每一位成员都有自学能力、分享精神，学会弥补自身的不足，把优秀的方面展现出来，分享经验。客服团队也应如此。如果客服都愿意分享自己的经验，那么团队里的人的能力都会变得更强，从而能更快速、更有效地解决问题。

1.2.3 电子商务客服的基本技能

电子商务客服作为线上销售和服务岗位，要使用线上沟通工具，通过打字聊天的方式帮助客户解决线上购物遇到的各种问题。因此，首先，客服要做到熟悉网购，只有对网购有足够的认知，才能在交易中从客户的角度出发、从网购的特点出发，帮助客户解决问题，

为客户选择适当的产品；其次，客服需要具备一定的打字速度，在一般情况下，初级客服需要每分钟输入 80 个汉字左右，更高级别的客服需要每分钟输入 120 个汉字左右，这样才能在接待客户的过程中快速回答客户提出的问题，缩短客户的等待时间。

客服在面对客户的时候，只会快速打字聊天，是远远不够的。客服还需调整好自己的心态。当人与人面对面交流的时候，人们可以从语气、表情、动作上了解对方在说出这句话时的真实想法。客服在大多数情况下是与客户在线上沟通的，是在与一个见不到面的人交流。这就使得双方在交流的过程中会出现很多麻烦，大大降低了客服处理问题的效率。那么客服还需要具备什么能力才能在接待客户的时候使效率变得更高呢？

1. 沟通能力

由于线上交流的特殊性，线上客服要更加注意在交流中客户的表现以及客户在字里行间传达的信息，可通过提问等方式探求客户的需求，以便更好地解决客户的问题，做到成功销售。当客户遇到售后问题时，客服更要谨慎处理，多倾听、少解释、多给解决方案，这样与客户在处理意见上可迅速达成一致，让买卖双方的利益都得以保全。

2. 抗压能力

客服作为一个与客户直接接触、帮助客户解决问题、销售产品的人员，一定会有团队的业绩压力和沟通压力。因为客户进入店铺购买产品分为默认下单和咨询客服下单两种，所以对于店铺运营，客服的接待转化率是影响店铺数据和销售额的重要维度。一个店铺对客服的接待转化率、销售额应当有一定的考核要求，这样才能保证店铺良好地运营下去，而客服则要承担自己业绩的压力，不断地突破自己。

在接待客户的时候，客服可能会遇到客户找麻烦，希望店铺满足他们不合理要求的情况，并且用一些不友好的言语与做法威胁客服和店铺，尤其对于售后客服，在处理售后问题的过程中，最容易遇见情绪不稳定的客户，导致自己的心理压力加大，所以客服一定要有良好的抗压能力，积极地面对眼前的困难。

3. 应变能力

有些客户在咨询客服的时候，会对页面描述和实际收到的货物有很多疑问。客服在遇到这些问题的时候要灵活地运用自己掌握的店铺产品和行业相关知识随机应变，比如，可以用一些能简单明了说明情况的例子解决客户的问题，让客户更容易明白，避免把问题复杂化，甚至无法解决问题。例如，一个客户在收到一件产品后自己用量尺测量产品边缘的厚度，发现实际的厚度与页面描述不符，客服如果这时一直强调产品的实际厚度就是这样的，可能会引起客户的反感，甚至出现售后问题。客服如果可以提前准备一个真实厚度的正确测量方式，比如录一个测量视频，并且告诉客户在刚收到货物时会因



某种原因导致货物在短期内暂时无法恢复到实际厚度，这样肯定是能先稳定住客户的情绪的。

1.2.4 电子商务客服应具备的基础知识

1. 商品知识

(1) 商品的专业知识。客服应当对商品的种类、材质、尺寸、用途、注意事项等都有一定的了解，最好还应当了解行业的有关知识。同时对商品的使用方法、洗涤方法、修理方法等也要有一个基本的了解。

(2) 商品的周边知识。不同的客户在商品的选择方面会有一些差别。比如化妆品，就存在肤质的问题，不同的肤质的人在选择化妆品上会有很大的差别；又如衣服，具有不同的年龄、不同的生活习惯的人会有不同的需要；再如玩具，有些玩具不适合太小的婴儿，有些玩具不适合太大的儿童，等等，都需要客服对这些情况有基本的了解。

此外，对同类的其他商品也要有个基本的了解，这样在回复客户关于不同类商品的差异的时候，就可以更好地回复和解答。

2. 交易规则

(1) 一般交易规则。网店客服应该站在商家的角度来了解网店的交易规则，更好地把握自己的交易尺度。有的时候，顾客可能第一次在网上交易，不知道该如何进行，这个时候，客服除了要指导顾客去查看网店的交易规则，还需要在一些细节上一步步地指导顾客如何操作。

此外，客服要学会查看交易详情，了解如何付款、修改价格、关闭交易、申请退款等。

(2) 支付宝等支付网关的流程和规则。客服要了解支付宝及其他网关交易的原则和时间规则，也可以指导客户通过支付网关完成交易、查看交易的状况、更改现在的交易状况等。

3. 物流知识

(1) 了解不同的物流及其运作方式。邮寄分为平邮（国内普通包裹）、快邮（国内快递包裹）和 EMS；快递分为航空快递包裹和汽运快递包裹；货运分汽运和铁路运输等。最好还应了解国际邮包（包括空运、空运水陆路、水路）。

(2) 了解不同物流的其他重要信息。了解不同物流方式的价格，比如如何计价以及报价的还价空间还有多大等问题；了解不同物流方式的速度和联系方式，同时了解如何查询各个物流方式的网点情况；了解不同物流方式应如何办理查询；了解不同物流方式的包裹撤回、地址更改、状态查询、保价、问题件退回、代收货款、索赔的处理等。

思考与练习

(1) 电子商务客服应具备的基本素质有哪些?

(2) 电子商务客服的基本技能有哪些?

(3) 电子商务客服应具备哪些基础知识?



电子商务客户类型及应对策略分析

【知识目标】

- (1) 了解不同类型的客户的特点。
- (2) 了解不同购买行为的客户的特点。

【技能目标】

- (1) 能够区分不同类型的客户。
- (2) 能够针对不同购买行为的客户采取应对策略。

1.3.1 不同类型客户的特点及应对策略

1. 友善型客户的特点及应对策略

友善型客户的特点：性格随和，对自己以外的人和事没有过高的要求，具备理解、宽容、真诚、信任等美德。友善型客户通常是企业的忠诚客户。

应对策略：客服应提供尽可能好的服务，不因对方的宽容和理解而放松对自己的要求。

2. 独断型客户的特点及应对策略

独断型客户的特点：异常自信，有很强的决断力，感情强烈，不善于理解别人；对自己的任何付出一定要求回报；不能容忍被欺骗、被怀疑、受到怠慢、不被尊重等行为；对自己的想法和要求一定需要被认可，不容易接受意见和建议；通常是投诉较多的客户。

应对策略：小心应对，尽可能满足其要求，让其有被尊重的感觉。

3. 分析型客户的特点及应对策略

分析型客户的特点：情感细腻，容易被伤害，有很强的逻辑思维能力；懂道理，也讲道理。对公正的处理和合理的解释可以接受，但不愿意接受任何不公正的待遇；善于运用

法律手段保护自己，但从不轻易威胁对方。

应对策略：真诚对待，做出合理解释，争取对方的理解。

4. 自我型客户的特点及应对策略

自我型客户的特点：以自我为中心，缺乏同情心，从不习惯站在他人的立场上考虑问题；绝对不能容忍自己的利益受到任何伤害；有较强的报复心理；性格敏感多疑。

应对策略：学会控制自己的情绪，以礼相待，对自己的过失真诚道歉。

5. 表现型客户的特点及应对策略

表现型客户的性格特点：爱表现自己，善于表达，喜欢被赞美。客服应对方法：着手抓住这类客户的优、缺点，引导他们讲出自己的需求，给予巧妙、充分的赞美，耐心倾听并予以附和。

6. 支配型客户的特点及应对策略

支配型客户的性格特点：果断，不喜欢讨价还价，以自我为中心。客服应对方法：语言要简明扼要，报价要干脆痛快，认可对方的价值观。

7. 温和型客户的特点及应对策略

温和型客户的性格特点：亲切礼貌，爱交朋友，缺乏主见。

应对策略：客服人员不能局限于交易上的沟通，还可以进行情感上的交流，同时还要帮客户做选择（间接性地出主意）。

8. 分析型客户的特点及应对策略

分析型客户的性格特点：重数量，重细节，尽力降低风险，自己做出决定。

应对策略：不要过于热情，把握好度，只需提供足够的资料，做出规范的承诺，由客户自己做决定。

1.3.2 不同购买行为的客户的特点及应对策略

1. 交际型客户的特点及应对策略

交际型客户的特点：有的客户很喜欢聊天，先要和客服聊很久，聊得愉快了就会到店里买东西。

应对策略：对于这种类型的客户，客服要热情对待，并把工作的重点放在这种类型的客户上。

2. 购买型客户的特点及应对策略

有的客户会直接买下商品，并很快付款，在收到商品后也不和客服联系，直接给好评，对客服较为冷淡。

应对策略：对于这种类型的客户，不要浪费太多的精力，如果执着地和他（她）保持联系，可能会被认为是一种骚扰。



电商客户服务管理

3. 礼貌型客户的特点及应对策略

本来客户因为一件已购买的商品和客服发生了联系，如果客服能热情回应，在聊天过程中运用恰当的技巧，该客户可能会直接到店里再购买一些商品。

应对策略：对于礼貌型客户，客服尽量要做到热情对待，而且要保持最大限度的热情。

4. 讲价型客户的特点及应对策略

已经为客户降价了，但是客户还想再降价，很难知足。

策略：对于这种客户，客服要咬紧牙关，坚持始终如一，保持微笑。

5. 拍下不买型客户的特点及应对策略

对于这种类型的买家，可以采取忽略的方式，但如果这样的行为多了，难免会影响店铺正常运营，也会影响客服的正常工作，所以对于一些行为比较极端的买家，可以采取向平台投诉或者给买家发送善意提醒和警告的处理方式。



思考与练习

(1) 分析型客户具有哪些特点？

(2) 针对购买型消费者应采取怎样的应对策略？

技能训练——体验不同平台网店客服

1. 训练目的

学生通过体验不同电子商务平台的购物流程，感受整个电子商务客户服务的过程。对比不同电子商务平台客户服务流程的不同。

2. 训练内容

任意选择两个电子商务平台（如淘宝、天猫、京东、当当、亚马逊等），分析其电子商务模式（有关电子商务模式的相关知识在“电子商务基础”课程中有所介绍），浏览两个平台销售商品的类目，体验其支付方式，了解平台的物流配送情况，并实际体验其客户服务情况，最后了解平台的安全保障措施。

3. 训练方式

由教师对学生进行分组，以 3～5 人为一组，以小组为单位，设立组长一名，全面负责统筹工作。拟定两个电子商务平台，小组成员分别体验两个购物平台的购物过程，并将购物体验填写到表 1-4 中。

表 1-4 不同网店购物平台的体验分析

对比项目	切身体验描述
电子商务模式	
销售商品类目	
支付方式	
物流配送	
沟通方式	
客户服务	
安全保障	

(1) 本小组确定购买的商品是_____。

选择的购物网店是_____。

选择该网店的理由是_____。

(2) 做好网购前的准备。各小组在选定的购物网店学习网上购物的操作步骤，了解网购中常见的问题，从一个客户的角度来看待客服的知识、技能要求。

你在网购前需要做好的准备工作有_____。

(3) 与实体商店购物相比，网店客服该做的是_____。

(4) 网上支付与物流配送在电子商务中的作用是_____。

4. 训练评价

结合本模块知识学习情况与技能训练完成情况，采用自我评价、小组评价、教师评价



电商客户服务管理

三方综合评价的方式，填写表 1-5。

表 1-5 模块 1 训练评价表

评价项目	评价内容	评价标准	评价方式		
			自我评价	小组评价	教师评价
职业素养	安全意识	(1) 作风严谨、自觉遵守章守纪、出色地完成工作任务； (2) 能够遵守规章制度、较好地完成任务； (3) 遵守规章制度、未完成工作任务，或虽完成任务但未严格遵守规章制度； (4) 不遵守规章制度、未完成工作任务			
	学习态度	(1) 积极参与教学活动、全勤； (2) 缺勤达本任务总学时的 10%； (3) 缺勤达本任务总学时的 20%； (4) 缺勤达本任务总学时的 30%			
	团队合作意识	(1) 与同学协作融洽、团队合作意识强； (2) 与同学能沟通、协同工作能力较强； (3) 与同学能沟通、协同工作能力一般； (4) 与同学沟通困难、协同工作能力较差			
专业能力	知识学习	(1) 知识学习评价成绩为 90 ~ 100 分； (2) 知识学习评价成绩为 75 ~ 89 分； (3) 知识学习评价成绩为 60 ~ 74 分； (4) 知识学习评价成绩为 0 ~ 59 分			
创新能力		学习过程中提出具有创新性、可行性的建议	加分奖励：		
学生姓名		综合评价等级			
指导教师		日期			