

<<客户服务课堂-我的管理课堂11>>

图书基本信息

书名：<<客户服务课堂-我的管理课堂11>>

13位ISBN编号：9787313044976

10位ISBN编号：7313044976

出版时间：2006-7

出版时间：上海交通大学出版社

作者：Tim Ang、姜旭平

页数：159

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>

<<客户服务课堂-我的管理课堂11>>

内容概要

本书为“我的管理课堂”系列之十一。

主要讲述了如何提供出色的客户服务，如何建立高效的客户服务队伍以及企业如何实施客户关系管理

。主要内容包括与客户进行有效地沟通、帮助客户解决问题、客户满意度调查以及客户关系管理（CRM）的实践应用。

本书可作为企业内部客户服务培训教材，也可供个人提升客户服务能力阅读。

作者简介

姜旭平，1985年6月毕业于清华大学经管学院，毕业后留校任教至今。

现任清华大学经济管理学院管理科学与工程系教授。

1993年在加拿大滑铁卢大学(University of Waterloo)学习管理会计和人工智能，1994年在加拿大卡尔顿大学(Carleton University)学习经济学，1998年8月~1999年4月在香港岭南大学访问讲学。

1982年开始一直从事管理信息系统方面的教学和研究。

曾先后在国内外学术刊物上发表了50多篇论文，并独立出版了8部学术专著。

主要著作有：

《电子商贸与网络营销》(姜旭平著，清华大学出版社，1998年7月)；

《电子商贸与网络营销》(教师与自学用书，带光盘版)(姜旭平著，清华大学出版社，1998年7月)

《经营分析方法与工具》(姜旭平著，中国人民大学出版社，2000年3月)；

《网络商贸信息处理系统》(姜旭平著，人民邮电出版社，1999年12月)；

《信息系统开发方法：方法、策略、技术、工具与发展》(姜旭平编著，清华大学出版社，1997年2月)；

《资讯系统的理论与实践》(姜旭平著，(台北)全华科技图书出版公司，1994年2月)；

《信息系统分析：概念、结构、机理、分支与发展》(姜旭平著，湖南科技出版社，1993年3月)；

《计算机管理信息系统》(姜旭平主编，重庆出版社，1988年6月)

1993年开始专注于电子商贸与网络营销方面的研究并已经发表了四部学术专著和十多篇论文。

这些学术专著和论文都已成为国内最早深入研究EDI应用，基于WEB的EC，基于SET的安全EC结构体系，商务网站的开发技术，企业电子商务战略策划、网络营销策略方面的代表作。

<<客户服务课堂-我的管理课堂11>>

书籍目录

第一部分 提供出色的客户服务 第一单元 客户服务基础 第一课 客户服务的重要性 第二课 提供优质客户服务的障碍 第三课 客户的需求和期望 第四课 为提供优质服务做好准备 第二单元 与客户进行沟通 第一课 与客户进行有效的沟通 第二课 电话中的交流 第三课 其他沟通工具的使用 第四课 沟通中的一些误区 第三单元 帮助客户解决问题 第一课 识别基本客户类型 第二课 处理客户的投诉 第三课 应对生气的客户 第四课 帮助客户解决问题 第五课 缓解工作压力

第二部分 建立高效的客户服务队伍 第四单元 客户服务团队质量管理 第一课 客户服务团队的价值 第二课 客户服务与全面质量管理 第三课 客户服务的质量管理 第四课 客户满意度 第五单元 提高客户服务团队的服务质量 第一课 采取适当的服务策略 第二课 网络时代的新型客户服务

第三部分 客户关系管理 第六单元 客户关系管理基础 第一课 客户关系管理基础概念 第二课 客户关系管理应用 第七单元 电子化客户关系管理 第一课 电子化客户关系管理的优势 第二课 电子化客户关系管理面临的挑战 第三课 如何更好地利用电子化客户关系管理 第八单元 CRM应用实践 第一课 CRM的基本功能模块 第二课 CRM的实践 第三课 CRM项目管理附录一 案例分析参考附录二 状态测试分析附录三 天能力提升计划

<<客户服务课堂-我的管理课堂11>>

章节摘录

书摘 客户的具体期望 在基本需求的基础上，对于每一次的服务，客户还会有一些具体的期望。

客户的期望是在不断变化的，而且每个客户都有一些独特的期望，因此我们每次面对客户时都要重新确定客户的期望。

明确客户期望的方法主要有以下三种：
· 设想 站在客户的角度，设想他对我们可能会有什么具体的期望。

例如，如果客户购买了我们生产的移动电话后，投诉说电池有问题。

让我们设想一下，客户会希望怎么处理，并将这些设想排序： 退货 换货 道歉 上门服务 很重要的一点是，对客户期望的设想一定要通过交谈、提问等其他手段进行验证。

· 倾听 认真倾听客户的言谈，从中了解客户的想法和期望。

有些客户对所期望的结果特别明确，他们往往会在言谈中说出自己的期望。

此外，在交谈中观察客户的非语言行为，也能帮助我们了解客户的期望。

对于沉默寡言型客户，可以采取引导法，向对方提问，针对客户关心的问题询问他的意见，从而促使客户与你交谈。

特别要注意客户的表情、举动等非语言行为，了解他们的真正意图。

对于喋喋不休型客户，在倾听的同时要抓住主动权。

倾听客户的话，向他表示你的关注；同时又要积极抓住主动权，引导话题，以获得你所需的信息，及时结束谈话。

客户谈论与主题无关的话题，任其畅谈可能会影响你的工作，如果暂时没有需要了解的其他信息，应采用礼貌委婉的方式及时结束谈话。

例如：“不好意思，我不能继续和您谈下去了，我必须马上处理好您的资料。

明天上午十点我给您打电话，商谈这个问题的解决方案！”

· 提问 有时客户并没有明确意识到自己的期望，因此也无法清晰地表达出来。

此时，我们可以采用提问的方式来引导谈话，探索出客户心中的期望，从而确保接下来的服务能够令人满意。

而且，提问也是准确、直接了解客户期望的有效方式。

提问时可以问封闭式问题，使客户给出“是”或“否”的答案。

这一提问方法可用于：获得确定的信息；澄清客户的想法；对客户的陈述进行确认。

提问时也可以问开放式问题，使客户可以自由地进行陈述。

这一提问方法可用于：获得较多的细节和信息，而不仅仅是“是”或“否”的答案。

案例1.3抱怨服务差 王先生：你们的服务太差了！

李林：王先生，发生什么事了？

王先生：你们送的货不对！

李林：您能说详细一点吗？

这样我可以帮助您一起解决。

王先生：我订了两件货，其中一件没错，另一件和我订的完全不一样！

李林：我明白了，我来帮您处理。

请稍等一下，我正在打开您的订货资料……P13-15

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>