

<<如何解决投诉难题>>

图书基本信息

书名：<<如何解决投诉难题>>

13位ISBN编号：9787501795956

10位ISBN编号：7501795959

出版时间：2010-1

出版时间：中国经济出版社

作者：陈建华 编

页数：206

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>

## <<如何解决投诉难题>>

### 内容概要

本书主要适用于：各级领导、客户关系管理人员、营销经理、销售代表、售后经理，可用于企业相关业务培训，也可用作个人工作参考用书。

## &lt;&lt;如何解决投诉难题&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 投诉是机遇不是难题 第一节 投诉的客户是朋友,不是敌人 把投诉者变为忠实顾客  
 客户投诉是企业建立忠诚的契机 投诉的顾客是我们真正的朋友 顾客投诉可以促进企业成长  
 第二节 重视客户投诉就是重视市场 妥善处理客户投诉可以促进销售 我们要真心实意地把顾客的投诉当作礼物  
 如何获得客户抱怨呢? 让更多的顾客投诉 投诉能为你赢得先机 投诉的顾客可能会转向竞争对手  
 投诉处理不当,你很可能失去顾客第二章 是你,你也会投诉的——投诉原因的换位思考 第一节 顾客投诉究竟是什么 投诉就是客户的不满 投诉的顾客真实地想要什么  
 第二节 客户对产品不满意 产品质量问题 安全与环境问题 价格不合理 第三节 客户对服务不满意 服务问题  
 没有做到令人满意的服务 第四节 客户产生投诉的其他原因 零售商自身的管理因素 消费者自身使用因素  
 广告误导导致客户投诉第三章 处理投诉兵法——你必须知道的原则 第一节 顾客产生不满意的原因及企业的应对原则 处理顾客抱怨的原则  
 正确处理顾客抱怨的策略 百分百应对客户投诉 对50%的顾客立即回复 服务保障 使5%的顾客完全满意  
 制度保证:统一制定投诉管理的政策 第二节 处理客户投诉的原则 迅速处理是原则 以诚相待是根本  
 积极面对是前提 换位思考是关键 平息顾客的怒气是难点 表示善意是战略 言行有理是重点  
 彬彬有礼是要求 优质服务有底线第四章 处理客户投诉的战术 第一节 处理投诉的经典战术 以静制动 区别对待 讨客户欢心  
 缓兵之计 张弛有度 适时放弃 第二节 处理客户抱怨的基本方式 电话访谈 信件处理 访问处理  
 及时采取补救措施 第三节 处理客户抱怨的难点 媒体沟通的技巧 如何应对难缠投诉第五章 建立投诉管理体系 第一节 建立投诉处理部门 第二节 投诉管理行之有效的四个前提  
 第一个前提:事先准备充分 第二个前提:抓好员工培训 第三个前提:领导做出表率 第四个前提:培养欢迎投诉的文化  
 第三节 如何实施欢迎顾客投诉的方针(1) 以顾客为中心制定利于投诉的政策 表彰和奖励受理顾客投诉最佳的员工  
 协调各部门执行政策 第四节 如何实施欢迎顾客投诉的方针(2) 确保顾客的投诉能传至高层 授权员工快速解决纠纷  
 投诉处理要有时限第六章 建立处理投诉的有效团队——客户投诉处理人员管理 第一节 投诉管理的组织建设  
 训练员工了解产品,满足顾客 确保员工了解顾客的期望如何做好三、四级市场的投诉处理工作  
 人事部门和中层主管也应参与 第二节 加强客户投诉处理人员管理 让客户投诉处理人员不再害怕投诉  
 注意客户投诉处理人员的整体形象 客户投诉处理人员倾听的常见不足 客户投诉处理人员必知的妙招  
 第三节 客户投诉处理人员必知的沟通技巧 客户投诉处理人员必知的措辞 客户投诉处理人员必知的说话术  
 客户投诉处理人员必知的肢体语言 处理客户投诉时必须做好的心理准备第七章 建立顾客投诉的危机预防机制 第一节 投诉危机  
 随时会发生 第二节 危机处理的一般原则 迅速处理 立场坚定一致 集权管理原则 一个口径对外  
 “360度”法则 “关键利益”法则 危机与管理有关 由事后处理变为事前防范 第三节 客户服务质量改进  
 剖析服务流程 流程再造:面向服务质量 提高服务工作标准化程度 基准化:向佼佼者学习附录 中华人民共和国消费者权益保护法 中华人民共和国产品质量法附表  
 附表1 客户投诉处理作业流程 附表2 客户投诉登记表 附表3 客户投诉处理表 附表4 解决客户抱怨时的检讨表 附表5 客户退换商品处理工作流程后记

## <<如何解决投诉难题>>

### 章节摘录

我们要真心实意地把顾客的投诉当作礼物 现在，假若有个顾客打电话来投诉：“我是×××，我仔细核查过我的订购单！

我在你们那里订了两条裤子，一条是咖啡色，一条是蓝色。

可是你们寄来的两条都是蓝色的，这究竟是怎么回事？

”你会一开始就这样回答说：“谢谢你打电话来告诉我们，真是太感谢了……”大概不会吧？

但在收到生日礼物时，我们会不假思索地立即道谢。

为什么我们会这么做呢？

原因很简单，生日礼物是朋友花了时间精挑细选的，而且多多少少是我们所希望的。

那么提出投诉的顾客算我们的什么人呢？

朋友还是仇人？

他们究竟想干什么？

当顾客投诉他们订购的是一条咖啡色和一条蓝色裤子，接到的却是两条蓝色裤子时，很多企业的客户服务人员的答复通常如下：“你的姓名？

你的地址？

什么时候订购的？

订单号码？

你确定订的不是两条蓝色的吗？

向谁订购的？

”有的客户服务人员会故作推辞：“我不知道这是怎么回事，这种事太多了，忙不过来。

”运气好的顾客可能会得到一句致歉，但是几乎没有客户服务人员会说：“谢谢。

” 让我们再设想一下，如果别人兴冲冲地送你一本书做生日礼物，你却非常冒失地问道：“你在哪里买的？

有没有打折？

有多重？

有多少页？

你看过了吗？

什么，连你自己都没有看过干嘛送给我？

就因为它上了愚蠢的畅销排行榜，你就非得让我花时间看这破玩意儿吗？

”我想，你收到礼物时绝对不会这么粗暴无礼，没有分寸，你会充满感激地说：“谢谢。

” 提出投诉的顾客其实给了我们一个弥补过失的机会，让我们能够找出问题症结所在，这样他们就帮助了我们，而他们受到鼓励，也会再次惠顾，享用我们的服务。

因此，让我们不妨用感恩的心来对待客户的投诉。

他们是我们最可信赖的衣食父母。

## <<如何解决投诉难题>>

### 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>