

<<打造金牌网店客服>>

图书基本信息

书名：<<打造金牌网店客服>>

13位ISBN编号：9787115285492

10位ISBN编号：7115285497

出版时间：2012-7

出版单位：人民邮电出版社

作者：鲍舒丽

页数：211

字数：275000

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>

## <<打造金牌网店客服>>

### 内容概要

《打造金牌网店客服》基于多家淘宝皇冠卖家多年来开店的经验，针对淘宝客服进行了全面、系统的讲解。

全书共分12章，分别介绍了客户体验点的由来、客户体验点的打造、客户体验点的应用、招聘合适的客服、客服人员的培训、客服管理、客服能力的提升、店铺运营、产品的市场细分、店铺推广、在线销售的实用技巧以及客户管理等内容。

《打造金牌网店客服》所介绍的技巧覆盖了客服的招聘、培训和提升，以及店铺整体战略的方方面面，掌握并活用这些技巧，可以使您在淘宝的在线销售中得心应手，让自己的淘宝店铺可以在众多网店中脱颖而出，把生意做大做强。

《打造金牌网店客服》既适合已经开办了网店，想要借鉴成功店主开店经验，把网店生意做大、做强的读者阅读，同时也适合想在淘宝上开办网店，进行网上创业的读者参考。

## <<打造金牌网店客服>>

### 书籍目录

#### 第1章 客户体验点的由来

- 1.1 打造客户体验点的目的
  - 1.1.1 体验点和网店的的关系
  - 1.1.2 服务意识
- 1.2 店铺标准服务
  - 1.2.1 标准服务的要点
  - 1.2.2 服务在店铺营销中的位置
  - 1.2.3 服务给店铺带来的好处
- 1.3 客户体验点效果金字塔
- 1.4 淘宝成交步骤
  - 1.4.1 塑造专业的店铺形象
  - 1.4.2 与顾客建立信赖感
  - 1.4.3 了解客户潜在需求
  - 1.4.4 塑造商品价值
  - 1.4.5 解除顾客疑虑
  - 1.4.6 推动交易
- 1.5 网购现状和未来趋势
  - 1.5.1 用户评价决定购买率
  - 1.5.2 待解决的投诉问题
  - 1.5.3 销售商品向销售服务的转型
  - 1.5.4 标准化服务向个性化服务的转型

#### 第2章 客户体验点的打造

- 2.1 商品体验
  - 2.1.1 商品优质丰富
  - 2.1.2 价格明显优势
  - 2.1.3 网店商品定价技巧
  - 2.1.4 描述细致准确
  - 2.1.5 店铺规模专业
- 2.2 流程体验
  - 2.2.1 购买流程顺心
  - 2.2.2 发货流程顺心
  - 2.2.3 售后流程省心
  - 2.2.4 跟踪流程省心
- 2.3 服务体验
  - 2.3.1 响应及时迅速
  - 2.3.2 交流礼貌亲切
  - 2.3.3 服务专业可信
  - 2.3.4 销售积极主动
  - 2.3.5 商谈灵活融通
  - 2.3.6 心存真实感恩

#### 第3章 客户体验点的运用

- 3.1 体验点的综合应用
  - 3.1.1 十类不同客户的沟通技巧
  - 3.1.2 让顾客全程愉悦的体验购物
  - 3.1.3 落实店铺4S服务

## <<打造金牌网店客服>>

### 3.2 营销的具体内容

#### 3.2.1 过程和结果同样重要

#### 3.2.2 良好的服务心态

### 3.3 宝贝发货

#### 3.3.1 为商品打好包装

#### 3.3.2 选择合适的送货方式

#### 3.3.3 全面解决物流纠纷

#### 3.3.4 制定合理的退换货政策

## 第4章 招聘合适的客服人员

### 4.1 招聘客服人员策略

#### 4.1.1 客服人员对店铺发展的影响

#### 4.1.2 传统客服人员服务失败的原因分析

#### 4.1.3 基于服务胜任力的客服人员招聘策略

### 4.2 招聘客服人员渠道

#### 4.2.1 网络招聘

#### 4.2.2 店铺招聘

### 4.3 面试技巧

#### 4.3.1 尊重面试者

#### 4.3.2 多听少说

#### 4.3.3 Q&A

#### 4.3.4 面试中的一些忌讳

#### 4.3.5 如何选择合适的客服

### 4.4 合同签署

#### 4.4.1 劳动合同的特征

#### 4.4.2 劳动合同签署注意事项

### 4.5 留住员工

#### 4.5.1 留住员工的心

## 第5章 客服培训

### 5.1 客服的重要性

#### 5.1.1 塑造店铺形象

#### 5.1.2 提高成交率

#### 5.1.3 提升回头率

#### 5.1.4 更好的服务顾客

### 5.2 客服能力培训

#### 5.2.1 客服人员基本能力培训

#### 5.2.2 客服人员专业能力培训

#### 5.2.3 客服人员沟通能力培训

#### 5.2.4 灵活使用阿里旺旺

#### 5.2.5 基本交谈技巧培训

#### 5.2.6 交易过程中的一些其他技巧培训

#### 5.2.7 处理纠纷能力培训

### 5.3 客服推广

#### 5.3.1 利用店铺宣传

#### 5.3.2 网络宣传

#### 5.3.3 登录各大搜索引擎

#### 5.3.4 天猫(淘宝商城)的推广

## 第6章 客服管理

## <<打造金牌网店客服>>

- 6.1 制定客服管理制度
  - 6.1.1 顾客投诉管理原则
  - 6.1.2 客户投诉管理流程
- 6.2 绩效考核
  - 6.2.1 客户工作考核表
  - 6.2.2 客服绩效考核注意事项
  - 6.2.3 网店内部绩效考核策略
- 6.3 员工激励
  - 6.3.1 激励员工的重要性
  - 6.3.2 激励员工技巧
  - 6.3.3 激励员工的方法
  - 6.3.4 激发员工工作热情
- 6.4 员工关系管理技巧
  - 6.4.1 摆正心态
  - 6.4.2 以身作则
  - 6.4.3 识人于微，用人于长
- 第7章 客服能力提升
  - 7.1 客服心态引导
    - 7.1.1 思想在于引导
    - 7.1.2 心态的引导
  - 7.2 协助顾客能力
  - 7.3 回应顾客异议能力
    - 7.3.1 顾客异议表现
    - 7.3.2 顾客异议的类型和服务标准
    - 7.3.3 顾客异议的服务细则
    - 7.3.4 异议处理成功阶段的信号
    - 7.3.5 处理顾客异议的6种服务方法
    - 7.3.6 处理顾客异议时的服务要点
  - 7.4 升值培养
    - 7.4.1 真诚赞美
    - 7.4.2 附加推销
    - 7.4.3 美程服务
- 第8章 步步为赢
  - 8.1 找到目标市场和目标客户
    - 8.1.1 进行市场细分
    - 8.1.2 目标市场的选择
    - 8.1.3 产品的市场定位
    - 8.1.4 市场定位过程
  - 8.2 卖的是一种“氛围”
    - 8.2.1 神秘的心理“场”帮你赢八方
    - 8.2.2 同城交易
  - 8.3 不需要也想要
    - 8.3.1 买点和卖点
    - 8.3.2 利用购买理由创造市场份额
    - 8.3.3 创造购买理由的源泉
  - 8.4 出售梦想
    - 8.4.1 卖产品

## <<打造金牌网店客服>>

- 8.4.2 卖观念
- 8.4.3 卖梦想、卖感觉
- 第9章 获得永久财富
- 9.1 让顾客觉得实惠
- 9.1.1 定价方法
- 9.1.2 定价技巧
- 9.2 合理组织“一元拍”
- 9.2.1 “一元拍”的概念
- 9.2.2 发布“一元拍”商品
- 9.2.3 “一元拍”注意事项
- 9.3 吸取店铺成功经验
- 9.3.1 通过搜索进行比较
- 9.3.2 通过软件比较
- 9.3.3 多方打听
- 9.3.4 偷师高级卖家
- 9.4 自定服务教程
- 9.4.1 主要分类商品教程
- 9.4.2 其他特殊类商品
- 第10章 店铺推广策略
- 10.1 寻找潜在顾客
- 10.1.1 传统结合现代
- 10.1.2 发掘潜力行业
- 10.2 准确定位店铺
- 10.2.1 平价策略
- 10.2.2 价格组合策略
- 10.3 加入淘宝旺铺
- 10.3.1 认识淘宝旺铺
- 10.3.2 开通淘宝旺铺
- 10.4 制定风格化差异
- 10.4.1 商品命名要有风格
- 10.4.2 写好店名、店铺公告、店铺介绍
- 10.5 制定直通车战略
- 10.5.1 了解淘宝直通车
- 10.5.2 开通淘宝直通车
- 10.5.3 制定直通车战略
- 10.6 友情店铺合作
- 10.6.1 选择合适的友情链接
- 10.6.2 添加友情链接
- 10.6.3 管理友情链接
- 第11章 在线销售服务技巧
- 11.1 与买家沟通
- 11.1.1 买家询问的方法
- 11.1.2 回复买家站内信件
- 11.1.3 回复宝贝页面上的买家留言
- 11.1.4 回复页面上的买家留言
- 11.1.5 回复阿里旺旺上的买家留言
- 11.2 信任的力量

## <<打造金牌网店客服>>

- 11.2.1 信用的三个层次
- 11.2.2 让客户信任你
- 11.2.3 赢得客户信任的4步进阶法则
- 11.3 口口相传
  - 11.3.1 口碑营销的优势
  - 11.3.2 “5T”模型
- 11.4 店铺推广
  - 11.4.1 促销工具推广
  - 11.4.2 广告投放推广
- 11.5 丰富的营销手段
  - 11.5.1 实行会员分级制度
  - 11.5.2 派发红包活动
  - 11.5.3 打造人气宝贝
  - 11.5.5 细节营销手段
- 11.6 棘手客户服务技巧
  - 11.6.1 面对不满客户
  - 11.6.2 面对愤怒的客户
  - 11.6.3 面对苛刻专横的客户
- 第12章 客户管理
  - 12.1 客户信息库的建立
    - 12.1.1 信息库建立注意事项
    - 12.1.2 完善的信息库具有的特征和应用
    - 12.1.3 采集和建立数据库
  - 12.2 客户关怀
    - 12.2.1 产品使用追踪服务
    - 12.2.2 节庆生日庆贺问候
    - 12.2.3 制定合理的退、换货政策
    - 12.2.4 客户关系的维护
  - 12.3 纠纷问题处理
    - 12.3.1 处理顾客纠纷问题处理技巧
    - 12.3.2 合理解决顾客的投诉

## &lt;&lt;打造金牌网店客服&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：6.3.3 激励员工的方法 对于激励员工的方法，无所谓好还是坏，关键看你的出发点，出于糊弄员工的需要而用那叫“伎俩”，出于真诚发自内心的关爱那就是“技巧”了。

但在一些具体的管理实践中，有些激励措施往往并不奏效，甚至适得其反。

怎样才能有效地激励员工呢？

1.为员工安排的工作内容必须与其性格相匹配 每个人的性格特质不同，可以分为多血质、胆汁质、粘液质、抑郁质等，简单来说吧，例如，有的人比较安静，另一些人则比较活跃；一些人而相信自己能主宰环境，而另一些人则认为自己成功与否主要取决于环境的影响；一些人喜欢高风险的具有挑战性的工作，而另一些人则是风险规避者。

员工的个性各不相同，他们从事的工作也应当有所区别。

与员工个人相匹配的工作才能让员工感到满意、舒适。

比如对于店铺美工来说，他们喜欢稳定、程序化的工作；而充满自信、进取心强的员工，则适宜让他们担任售前或售后客服人员。

总之，要学会因材施教。

2.为每个员工设定具体而恰当的目标 为员工设定一个明确的工作目标，通常会使员工创造出更高的绩效。

目标会使员工产生压力，从而激励他们更加努力地工作。

在员工取得阶段性成果的时候，应当把成果反馈给员工。

反馈可以使员工知道自己的努力水平是否足够，是否需要更加努力，从而有益于他们在完成阶段性目标之后进一步提高他们的目标。

提出的目标一定要明确。

例如，“本月销售收入要比上月有所增长”这样的目标就不如“本月销售收入要比上月增长10%”这样的目标更有激励作用。

同时，目标要具有挑战性，但同时又必须使员工认为这是可以达到的。

实践表明，无论目标客观上是否可以达到，只要员工主观认为目标不可达到，他们努力的程度就会降低。

目标设定应当像树上的苹果那样，站在地下摘不到，但只要跳起来就能摘到。

3.对完成了既定目标的员工进行奖励 如果员工完成某个目标而受到奖励，他在今后就会更加努力地重复这种行为。

这种做法叫行为强化。

对于一名长期迟到30分钟以上的员工，如果这次他只迟到20分钟，管理者就应当对此进行赞赏，以强化他的进步行为。

可能大家会想不通，为什么迟到了20分钟还要赞赏他呢？

很简单，就是因为她进步了。

作为店主，应当想办法增加员工奖励的透明度。

例如，对受嘉奖的员工进行公示。

这种行为将在员工中产生激励作用。

以奖励为代表的正激励的效果要远远大于以处罚为代表的负激励。

4.针对不同的员工进行不同的奖励 人的需求主要包括生理需求、安全需求、社会需求、尊重需求和自我实现需求等。

当一种需求得到满足之后，就会转向其他需求。

由于每个员工的需求各不相同，对某个人有效的奖励措施可能对其他人就没有效果。

应当针对员工的差异对他们进行个别化的奖励。

比如，有的员工可能更希望得到更高的工资，而另一些人也许并不在乎工资，而希望有自由的休假时间。

又比如，对一些工资高的员工，增加工资的吸引力可能不如授予他“优秀客服之星”的头衔的吸引力



## <<打造金牌网店客服>>

更大，因为这样可以使他觉得自己享有地位和受到尊重。

## <<打造金牌网店客服>>

### 编辑推荐

《打造金牌网店客服》旨在为淘宝店主们提供一本网店客服方面的专业教材，作为自身能力提高和员工培训之用；同时也适合有志于网店客服这一行业，或正在这一行业从业的广大人员学习和提高之用。

《打造金牌网店客服》既适合已经开办了网店，想要借鉴成功店主开店经验，把网店生意做大、做强的读者阅读，同时也适合想在淘宝上开办网店，进行网上创业的读者参考。

<<打造金牌网店客服>>

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>