**湖南财经工业职业技术学院**

**学生专业技能考核题库**

**电子商务专业**

**（基本技能）**

**2021年8月**

**一、专业基本技能**

**模块一 网络客户服务与管理**

**1.试题编号：J1-1 ，售前客户服务与管理**

**(1)任务描述**

VERO MODA（维莎曼）是丹麦最大时装集团BESTSELLER旗下的知名女装品牌。自1987年成立以来，VERO MODA就致力于为世界各地的摩登女性打造优雅时装，它代表着当今最前沿的时尚潮流与制衣工艺。2001年，VERO MODA正式进驻中国，至今已在中国开设了1800多家店铺。VERO MODA的时装在优雅的风格主调之中，为都市独立女性提供多元的搭配选择，VERO MODA每一季都将炙手可热的T台潮流转化为精致优雅又具有实用主义风格的日常着装，以满足现代女性多元的时装需求。

Veromoda官方旗舰店（https://veromoda.tmall.com）以经营时尚职业休闲装为主，产品涵盖上装、裤装、裙装、鞋包、配饰等，店铺商品多达4000件以上，款式多样、造型个性时尚且充满独特韵味，店铺粉丝数达1366万以上。

测试任务：

1）商品手册制作

打开Veromoda官方旗舰店，了解Veromoda官方旗舰店的相关内容，将自己模拟为一名售前客服人员，为当前热销的3个不同类目的商品制作一份商品手册，清晰明了地抓取每款产品的特点、属性，便于在销售工作中使用，将内容填入表1中。

表 1 商品手册制作

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 商品1 | 商品2 | 商品3 |
| 商品图片  （包含商品标题与价格） |  |  |  |
| 产品链接 |  |  |  |
| 码数和颜色 |  |  |  |
| 材质 |  |  |  |
| 卖点 |  |  |  |
| 关联产品推荐 |  |  |  |
| 优惠政策 |  |  |  |

2）客户咨询回复

假如有客户咨询Vero Moda毛领鸭绒短款派克白色羽绒服（https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a1z10.5-b-s.w401J1-14529808348.104.606e3b8c1f7vA9&id=582018105448&rn=d6567c70697d2b4500a26f3dc5f4f82a&abbucket=2）这款商品，根据所了解的商品相关知识，模拟客服回复如下客户咨询的问题，填入下表2。

表2客户咨询回复

|  |  |
| --- | --- |
| A．尺码推荐 | |
| 顾客：在吗?我身高177 cm，胸围82.臀围88,腰图58,您看哪一个码适合我啊?我平时挑衣服对尺码有点迷糊 | |
| 客服回复： |  |
| B．产品材质 | |
| 顾客：请问店家，这款羽绒服是什么材质的呀?毛领是动物毛吗?毛领可以拆下来吗? | |
| 客服回复： |  |
| C．产品保养 | |
| 顾客：我经常在户外活动，这款衣服适合我吗?如果容易弄脏，该怎么保养呢? | |
| 客服回复： |  |
| D．价格辩论 | |
| 顾客：你们的产品怎么那么贵啊？ | |
| 客服回复： |  |

3）自动回复话术设置

作为淘宝客服我们不可能24小时在线等待买家信息，或者由于客户咨询量较大无法第一时间回复客户咨询，自动回复功能客户帮助客服及时接待客户、设置关键词回复还可以针对客户提问中的关键词快捷回复，缩短客服的首次响应时长，提高客户的购物体验。将自己模拟为Veromoda官方旗舰店一名售前客服人员，为店铺设置自动回复话术，将内容填入表3中。

表3 自动回复话术设置

|  |  |
| --- | --- |
| 当客户首次咨询时自动回复 |  |
| 当我的状态为“忙碌”时自动回复 |  |
| 当我的状态为“离开”时自动回复 |  |
| “待回复超过一定人数”时自动回复 |  |

4）快捷回复短语设置

客服人员在与顾客沟通过程中，经常会碰到一些顾客经常问到的问题，对于这类高频问题，客服人员需要重复打字，加大了客服的工作量。将顾客常问的一些高频问题及回复事先输入到快捷回复中，当顾客问及相同或相似问题时，客服可以直接双击快捷回复中对应的答复直接发送给顾客，大大提高了客服人员的工作效率。将自己模拟为Veromoda官方旗舰店一名售前客服人员，针对客户经常问的高频问题设置快捷回复，将内容填入表4中。

表4 快捷回复短语设置

|  |  |
| --- | --- |
| 关于发票问题 |  |
| 关于发货时间 |  |
| 关于快递 |  |
| 关于色差 |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售前客户服务与管理评分卡(题J1-1)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-1)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 商品手册制作 | 30分 | 商品基本信息（10分） | 商品图片清晰能体现商品标题和价格（3分）、产品链接正确（1分）、材质（3分）、码数和颜色（3分）填写准确无误。 | |  |  |  |
| 产品卖点  （9分） | 产品卖点能很好地把产品特色与优势概括出来，结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，卖点描述每个商品按0/1/2/3分评分。 | |
| 关联产品推荐（8分） | 关联产品推荐合理，且与商品有相关联性，推荐理由合理，文笔通顺，按0/3/6/8分评分。 | |
| 优惠政策  （3分） | 优惠政策描述准确、内容清晰明了，能很好地把店铺优惠活动体现出来，优惠政策每个商品按0/1分评分。 | |
| 客户咨询回复 | 25分 | 尺码推荐  （6分） | 能结合客户的身高、体重等数据为客户推荐合适的尺码，话术合理、简洁准确且体现礼节，适当结合产品的特点。 | |  |  |  |
| 产品材质  （7分） | 熟练掌握商品信息，能结合材质运用销售技巧突出商品优势，促成成交，话术结构严谨、简洁通顺且体现礼节。 | |
| 产品保养  （6分） | 能帮助用户解决商品的使用问题，给出较为合适的商品的维护保养建议，打消客户疑虑，话术结构严谨、简洁通顺体现礼节。 | |  |  |  |
| 价格辩论  （6分） | 能采用合适的应对议价的方法打消客户的价格异议，促成成交，话术结构严谨、简洁通顺且体现礼节。 | |  |  |  |
| 自动回复话术设置 | 16分 | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能针对店铺定位及产品特色设计合理、独特的自动回复话术，体现礼貌热情。 | | 12-16分 |  |  |  |
| 结构严谨、文笔通顺，能针对店铺定位较为合理的话术，适当结合了产品的特色。 | | 8-11分 |
| 结构较严谨、文笔较通顺，能针对店铺定位及产品特色设计较为合理的话术。 | | 4-7分 |  |  |  |
| 结构一般、文笔不是很通顺，不能针对该店铺定位设计较为合理的话术。 | | 0-3分 |  |  |  |
| 快捷回复短语设置 | 24分 | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常咨询的4个高频问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术，每个高频问题的快捷回复短语按0/1/2/4/6分评分。 | | |  |  |  |
| 合计 | | 100分 | | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | | |

**2.试题编号：J1-2 ，售前客户服务与管理**

**(1)任务描述**

林氏木业是佛山市阿里顺林家具有限公司旗下品牌，始创于2007年，是陪伴阿里共同成长的家具电商企业，参与了家具电商行业的发展与鼎盛。公司每年规模和业绩都以翻倍的速度迅猛发展，专注于原创、品质、环保、时尚的设计理念，产品受当代追逐生活品质的年轻一代喜爱，创立至今获多项殊荣。

林氏木业在天猫商城开设林氏木业家具旗舰店（https://lshmy.tmall.com），由天猫官方认证，主要提供沙发、床、餐桌、衣柜等产品，厂家直接发货，保证正品。

测试任务：

1）商品手册制作

打开林氏木业家具旗舰店，了解林氏木业家具旗舰店的相关内容，将自己模拟为一名售前客服人员，为当前热销的3个不同类目的商品制作一份商品手册，清晰明了地抓取每款产品的特点、属性，便于在销售工作中使用，将内容填入表1中。

表 1 商品手册制作

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 商品1 | 商品2 | 商品3 |
| 商品图片  （包含商品标题与价格） |  |  |  |
| 产品链接 |  |  |  |
| 码数和颜色 |  |  |  |
| 材质 |  |  |  |
| 卖点 |  |  |  |
| 关联产品推荐 |  |  |  |
| 优惠政策 |  |  |  |

2）客户咨询回复

假如有客户咨询林氏木业儿童书桌（儿童书桌课桌家用可升降写字桌椅套装LS024天猫https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a1z10.3-b-s.w4011-14434271636.66.43486ec1HTbOUb&id=559363615756&rn=aaf08b94feedf47cb4ce340ca4b80b98&abbucket=1）这款商品，根据所了解的商品相关知识，模拟客服回复如下客户咨询的问题，填入下表2。

表2客户咨询回复

|  |  |
| --- | --- |
| A．商品推荐 | |
| 顾客：在吗?我家孩子今年刚上小学，这款书桌适合吗? | |
| 客服回复： |  |
| B．产品优势 | |
| 顾客：这款书桌相较于其他书桌有哪些优势呢？ | |
| 客服回复： |  |
| C．产品价格 | |
| 顾客：这款书桌的价格是多少，现在有什么活动没？ | |
| 客服回复： |  |
| D．产品尺寸 | |
| 顾客：这款书桌的尺寸是多少？ | |
| 客服回复： |  |

3）自动回复话术设置

作为淘宝客服我们不可能24小时在线等待买家信息，或者由于客户咨询量较大无法第一时间回复客户咨询，自动回复功能客户帮助客服及时接待客户、设置关键词回复还可以针对客户提问中的关键词快捷回复，缩短客服的首次响应时长，提高客户的购物体验。将自己模拟为林氏木业家具旗舰店一名售前客服人员，为店铺设置自动回复话术，将内容填入表3中。

表3 自动回复话术设置

|  |  |
| --- | --- |
| 当客户首次咨询时自动回复 |  |
| 当我的状态为“忙碌”时自动回复 |  |
| 当我的状态为“离开”时自动回复 |  |
| “待回复超过一定人数”时自动回复 |  |

4）快捷回复短语设置

客服人员在与顾客沟通过程中，经常会碰到一些顾客经常问到的问题，对于这类高频问题，客服人员需要重复打字，加大了客服的工作量。将顾客常问的一些高频问题及回复事先输入到快捷回复中，当顾客问及相同或相似问题时，客服可以直接双击快捷回复中对应的答复直接发送给顾客，大大提高了客服人员的工作效率。将自己模拟为林氏木业家具旗舰店一名售前客服人员，针对客户经常问的高频问题设置快捷回复，将内容填入表4中。

表4 快捷回复短语设置

|  |  |
| --- | --- |
| 关于色差 |  |
| 关于交期 |  |
| 关于物流 |  |
| 关于售后 |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售前客户服务与管理评分卡(题J1-2)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-2)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 商品手册制作 | 30分 | 商品基本信息（10分） | 商品图片清晰能体现商品标题和价格（3分）、产品链接正确（1分）、材质（3分）、码数和颜色（3分）填写准确无误。 | |  |  |  |
| 产品卖点  （9分） | 产品卖点能很好地把产品特色与优势概括出来，结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，卖点描述每个商品按0/1/2/3分评分。 | |
| 关联产品推荐（8分） | 关联产品推荐合理，且与商品有相关联性，推荐理由合理，文笔通顺，按0/3/6/8分评分。 | |
| 优惠政策  （3分） | 优惠政策描述准确、内容清晰明了，能很好地把店铺优惠活动体现出来，优惠政策每个商品按0/1分评分。 | |
| 客户咨询回复 | 25分 | 商品推荐  （6分） | 能结合客户描述为客户介绍商品，话术合理、简洁准确且体现礼节，通过产品基本属性的讲解打消客户疑虑。 | |  |  |  |
| 产品材质  （7分） | 能结合商品特点为客户推荐商品，话术合理、简洁准确且体现礼节，体现商品核心优势。 | |
| 产品价格  （6分） | 能准确描述商品价格和当前的活动信息，促成交易，话术结构严谨、简洁通顺体现礼节。 | |  |  |  |
| 产品尺寸  （6分） | 能结合图片准确描述商品的尺寸，话术结构严谨、简洁通顺体现礼节。 | |  |  |  |
| 自动回复话术设置 | 16分 | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能针对店铺定位及产品特色设计合理、独特的自动回复话术，体现礼貌热情。 | | 12-16分 |  |  |  |
| 结构严谨、文笔通顺，能针对店铺定位较为合理的话术，适当结合了产品的特色。 | | 8-11分 |
| 结构较严谨、文笔较通顺，能针对店铺定位及产品特色设计较为合理的话术。 | | 4-7分 |  |  |  |
| 结构一般、文笔不是很通顺，不能针对该店铺定位设计较为合理的话术。 | | 0-3分 |  |  |  |
| 快捷回复短语设置 | 24分 | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常咨询的4个高频问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术，每个高频问题的快捷回复短语按0/1/2/4/6分评分。 | | |  |  |  |
| 合计 | | 100分 | | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | | |

**3.试题编号：J1-3 ，售前客户服务与管理**

**（1）任务描述**

WIS是与瑞士RAHN集团合作开发的护肤品牌。WIS运用天然成分和先进科技,追求极致的科学性和安全性,致力于解决年轻人受损肌肤问题，让全球年轻的消费者都能用上科学、有效的护肤产品。WIS始终秉持着“安全、健康”的产品理念，致力于为年轻人的常见皮肤问题如痘痘、黑头、粉刺、毛孔粗大、以及痘印等提供全面、安全的解决方案；深入受损肌肤底层，修复和调理受损肌肤，还原肌肤健康。

WIS在天猫商城开设WIS旗舰店（https://wishzp.tmall.com），由天猫官方认证，主要产品有水润面膜、眼膜、祛痘印净化凝胶、祛痘印多效修复面膜贴、保湿套装、净肤套装、男士面膜等产品，从WIS店铺的粉丝数来看其店铺的粉丝数高达494万人。“618活动”平台期间为了增加商品的销量，WIS旗舰店对店铺多款商品价格进行了调整，以原价299的WIS水润面膜为例，活动时间为6.18-6.20,618活动价格如图所示：



1. 促销活动预热通知

客服作为与客户沟通的桥梁，需要将活动促销信息传递给买家，以便顺利开展活动。请登录WIS旗舰店查看商品信息，并设计促销活动通知话术，将内容填入表1。

表1促销活动通知

|  |  |
| --- | --- |
| 通知途径 | 话术 |
| 千牛旺旺 |  |
| 手机短信 |  |
| 微信、QQ粉丝群 |  |

2）未付款订单催付

活动期间，部分顾客拍下了商品但迟迟没有退款，假如你是WIS旗舰店的售前客服，你将如何对未付款的订单进行催付，将内容填入下表2。

表2 未付款订单催付

|  |
| --- |
| 未付款订单的催付方式有哪几种？ |
|  |
| 未付款订单催付话术设计：（建议从售后服务、发货时间、产品库存三个方面进行催付话术的设计） |
| 催付话术1： |
| 催付话术2： |
| 催付话术3： |

3）客户服务跟进及关怀

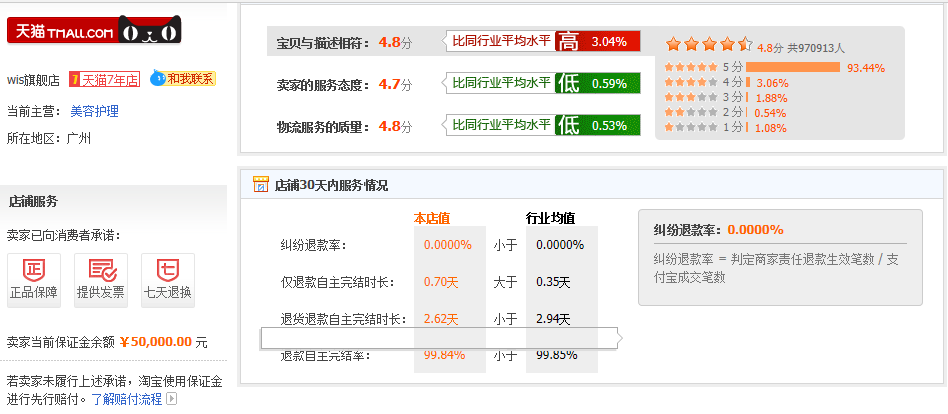
订单完成支付及打包发货后，客服还需要进一步对商品及服务进行跟进，进一步提升客户的购物体验，提高客户对于商品和店铺的满意度。具体内容包括

表3 客户服务跟进及关怀

|  |  |
| --- | --- |
| 主要内容 | 话术设计 |
| 商品验收提醒 |  |
| 产品使用指南 |  |
| 正面评价引导 |  |
| 客户满意度回访 |  |

4）店铺数据分析及优化

淘宝店铺DSR动态评分是影响店铺权重一个特别重要的指标，它不仅直接影响店铺自然流量的多少，而且很多淘宝站内或者站外活动都对店铺DSR动态评分有直接限制。近期WIS旗舰店宝贝描述相比较同行业来说偏高，但店铺的服务态度与物流服务相对其他店铺来说相对较低，如何提高店铺的服务态度与物流服务成为客户服务工作亟待优化的重点，店铺 DSR动态评分如下图所示，



请分析一下WIS旗舰店铺的服务态度与物流服务评分不高的原因及提出相应的解决方案，将内容填入表4 。

表4 店铺数据分析及优化

|  |  |
| --- | --- |
| 卖家的服务态度 | 原因：  解决方案： |
| 物流服务的质量 | 原因：  解决方案： |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售前客户服务与管理评分卡(题J1-3)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-3)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 促销活动预热通知 | 20分 | 千牛旺旺  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合千牛旺旺聊天工具的特性及活动内容设计合理、准确且具有吸引力的通知话术。 |  |  |  |
| 手机短信  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合短信通知的要点及活动内容设计合理、准确且具有吸引力的通知话术。 |
| 微信、QQ粉丝群  （8分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合社交平台的特征及活动内容设计合理、准确且具有吸引力的通知话术。 |
| 未付款订单的催付 | 20分 | 未付款订单的催付方式完全正确6分，每错一个扣2分，直至0分。 | |  |  |  |
| 售后服务催付话术6分，发货时间催付话术 4分，产品库存催付话术 4分，需结合店铺及产品信息进行设计。 | |
| 客户服务跟进及关怀 | 25分 | 商品验收提醒（6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合产品特性设计合理、准确且极具关怀的验收提醒话术。 |  |  |  |
| 产品使用指南（7分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合产品特性设计合理、准确且专业规范的产品使用指导话术。 |
| 正面评价引导（6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合产品特性和店铺服务质量对顾客的评价内容进行正面引导。 |  |  |  |
| 客户满意度回访（6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合店铺特点和回访目的设计合理、准确且极具关怀的客户满意度回访话术。 |  |  |  |
| 店铺数据分析及优化 | 30分 | 卖家的服务态度（15分） | 至少找到3个影响该部分评分的主要原因且描述明确，每个原因按0/1/2评分，共6分。 |  |  |  |
| 找至少找到3个提升该部分评分的解决方案且描述明确，每个解决方案按0/1/2/3评分，共9分。 |
| 物流服务的质量（15分） | 至少找到3个影响该部分评分的主要原因且描述明确，每个原因按0/1/2评分，共6分。 |
| 找至少找到3个提升该部分评分的解决方案且描述明确，每个解决方案按0/1/2/3评分，共9分。 |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**4.试题编号：J1-4 ，售前客户服务与管理**

**（1）任务描述**

唐人神集团是首批农业产业化国家重点龙头企业。经过20年的创业发展，集团已经形成了品种改良、安全饲料、健康养殖、肉品加工、品牌专卖五大产业一条龙经营的发展格局，集团在全国拥有40余家子公司。集团拳头产品"唐人神"肉品和"骆驼"牌饲料先后被评为中国名牌产品，"唐人神"为中国驰名商标。集团名列饲料行业前十强和肉类行业前十一强，跨入中国制造业500强。

唐人神官方旗舰店（https://tangrenshen.tmall.com/）是在天猫商城运营的品牌旗舰店,所有在唐人神店铺购买的商品保证正品无假货,，主要产品有香肠、辣货、即食产品等商品，从唐人神官方旗舰店的粉丝数来看其店铺的粉丝数高达10.7万人。

1）促销活动预热通知

客服作为与客户沟通的桥梁，需要将活动促销信息传递给买家，以便顺利开展活动。请进入店铺了解活动信息并设计促销活动通知话术，将内容填入表1。

表1促销活动通知

|  |  |
| --- | --- |
| 活动方式 | 话术 |
| 优惠券 |  |
| 数量折扣 |  |
| 买赠 |  |

2）客户咨询回复

假如有客户咨询唐人神湘霸王酱板鸭（https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a1z10.J1-b-s.w5003-22990575299.2.101c3bf4tm9KAI&id=37143975941&rn=53b14a5135ed37f8231ada5d919ddda6&abbucket=7&skuId=4411049461840&scene=taobao\_shop）这款商品，根据所了解的商品相关知识，模拟客服回复如下客户咨询的问题，填入下表2。

表2客户咨询回复

|  |  |
| --- | --- |
| A．商品口感 | |
| 顾客：在吗?这款产品口感如何？保质期多久？ | |
| 客服回复： |  |
| B．物流信息 | |
| 顾客：你们发货是用的那家快递公司？ | |
| 客服回复： |  |
| C．产品价格 | |
| 顾客：这款产品现在多少钱？价格还能便宜点吗？ | |
| 客服回复： |  |
| D．产品食用 | |
| 顾客：这款产品怎么食用呀？ 一次吃不完怎么办？ | |
| 客服回复： |  |

3）快捷回复短语设置

客服人员在与顾客沟通过程中，经常会碰到一些顾客经常问到的问题，对于这类高频问题，客服人员需要重复打字，加大了客服的工作量。将顾客常问的一些高频问题及回复事先输入到快捷回复中，当顾客问及相同或相似问题时，客服可以直接双击快捷回复中对应的答复直接发送给顾客，大大提高了客服人员的工作效率。将自己模拟为唐人神官方旗舰店一名售前客服人员，针对客户经常问的高频问题设置快捷回复，将内容填入表3中。

表4 快捷回复短语设置

|  |  |
| --- | --- |
| 关于发货时间 |  |
| 关于发货快递 |  |
| 关于真空包装漏气 |  |

4）客户满意度提升

根据本月的客户回访数据显示，店铺客户的满意度较低，请以提升唐人神官方旗舰店客户满意度为目标，提出至少4个实际可行的解决方案，将内容填入表4 。

表4 客户满意度提升

|  |  |
| --- | --- |
| 客户满意度提升方式 | 具体内容 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售前客户服务与管理评分卡(题J1-4)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-4)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 促销活动预热通知 | 20分 | 优惠券  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合活动具体内容设计合理、准确且具有吸引力的通知话术。 |  |  |  |
| 数量折扣  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合活动具体内容设计合理、准确且具有吸引力的通知话术。 |
| 买赠（8分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合活动具体内容合理、准确且具有吸引力的通知话术。 |
| 客户咨询回复 | 25分 | 商品口感  （7分） | 能结合商品信息为客户介绍商品，话术合理、简洁准确且体现商品优势。 |  |  |  |
| 物流信息  （6分） | 能结合店铺信息为客户答疑，话术合理、简洁准确且体现礼节。 |  |  |  |
| 产品价格  （6分） | 能准确描述商品价格和当前的活动信息，促成交易，话术结构严谨、简洁通顺体现礼节。 |  |  |  |
| 产品食用  （6分） | 能结合商品详情页准确描述商品的食用方法，话术结构严谨、简洁通顺体现礼节。 |  |  |  |
| 快捷回复短语设置 | 18分 | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常咨询的3个高频问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术，每个高频问题的快捷回复短语按0/1/4/6分评分。 | |  |  |  |
| 店铺数据分析及优化 | 32分 | 客户满意度提升方式  （8分） | 至少找到4个客户满意度提升方式且描述明确，每个方式按0/1/2评分，共8分。 |  |  |  |
| 客户满意度提升具体内容（24分） | 针对每个方式指定具体的客户服务内容且描述明确，每个内容按0/2/4/6评分，共24分。 |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**5.试题编号：J1-5 ，售前客户服务与管理**

**(1)任务描述**

小熊电器官方旗舰店（https://bear.tmall.com）是一家专业从事创意小家电研发、设计、生产和销售的企业。小熊电器始终坚持"妙想生活"的发展理念，从生活中寻找产品设计的灵感，专注做"小"事，将妙想植入企业灵魂，坚持提供创新与惊喜的工业设计，从而带来完美的精神享受和真实可触的生活价值。2009年，小熊电器品牌升级，提出"快乐生活，家有小熊"，优化品牌形象小熊电器淘宝商城旗舰店正式开通。同年正式开通淘宝商城旗舰店，并荣获"最具创新力网商"称号。

1）客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开小熊电器官方旗舰店站点，请用 200 字以内的文字描述小熊电器官方旗舰店，要求包括主要经营范围、产品特色、适合人群，经营思想。将内容填入表1

表 1 客服前的准备

|  |
| --- |
| 服务特色与优势概述 |
|  |

2）沟通客户需求（客户沟通技巧）

请分析小熊电器官方旗舰店官方旗舰店的目标客户有哪些？模拟售前客户服务人员，就Bear/小熊 DKX-B30N1 [小熊家用烘焙全自动多功能30升大容量蛋糕面包迷你小型电烤箱](https://detail.tmall.com/item.htm?id=521518690010&standard=1)（https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a1z10.3-b-s.w401J1-22404484226.42.a1123341OS77Os&id=521518690010&rn=f5050438f76d369261d011a4bf28c90d&abbucket=2）对目标客户区中不同类型的客户分别进行具有各自特点，满足不同需求的产品介绍。将模拟情况填入下表2。

表2沟通客户需求

|  |  |
| --- | --- |
| 客户类型 | 产品介绍 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

3）客户价值分析

针对小熊电器官方旗舰店产品特点依据市场三要素：人、购买力和购买欲望，分别按收入状况及职业来对该公司产品的市场客户群进行划分。并分析两种划分形式下各类客户群的特点及其相应的产品营销策略，将内容填入表 3。

表3客户价值分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 分类方式 | 客户群 | 客户群特点 | 产品推介方式 |
| 按收入状况划分 |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

4）客户分类管理

下面是一组用户到小熊电器官方旗舰店消费的基本数据，请按照ABC客户分类方法，（以65%、85%左右为分割点）将客户分成ABC类。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 客户姓名 | 年成交金额(单位：元) | 占成交总额比 |
| 客户1 | 750 | 7.5% |
| 客户2 | 1000 | 10% |
| 客户3 | 3500 | 35% |
| 客户4 | 250 | 2.5% |
| 客户5 | 100 | 1% |
| 客户6 | 60 | 0.6% |
| 客户7 | 2700 | 27% |
| 客户8 | 300 | 3% |
| 客户9 | 250 | 2.5% |
| 客户10 | 540 | 5.4% |
| 客户11 | 200 | 2% |
| 客户12 | 100 | 1% |
| 客户13 | 50 | 0.5% |
| 客户14 | 200 | 2% |

分析上表数据，完成下表4内容填写。

表4客户分类管理

|  |  |
| --- | --- |
| A类客户有： |  |
| B类客户有： |  |
| C类客户有： |  |
| 通过对客户的分析，说说ABC客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理： | |
|  | |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售前客户服务与管理评分卡(题J1-5)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-5)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | | 得分 **1** | 得分 **2** | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分 | | |  |  |  |
| 工作任务(95  分) | 客服前的准备 | 20分 | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站特色与优势概括出来 | | 16-20分 |  |  |  |
| 结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。 | | 10-15分 |
| 文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。 | | 5-9分 |
| 结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。 | | 3-4分 |
| 文不对题 | | 0-2分 |
| 客户沟通技巧 | 30分 | 目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；对每类客户群能按照特点进行产品和卖点介绍，语言富有感染力，能对消费者购买欲望形成足够刺激。 | | 24-30分 |  |  |  |
| 目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；对每类客户群基本能能按照特点进行产品和卖点介绍，语言表达正确，层次感好。 | | 2J1-24分 |
| 目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；对产品内容和特色介绍准确，不能很好的区别每一类客户群。 | | 18-20分 |
| 目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；文字表达无误。 | | 15-17分 |
| 目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；产品介绍文不对题。 | | 0-14分 |
| 客户价值分析 | 25分 | 客户群  （5分） | 客户群划分正确。 | 0-5分 |  |  |  |
| 特点描述  （10分） | 描述正确 | 0-10分 |
| 推广方式  （10分） | 推广方式选择恰当，描述合理，有一定的创意 | 0-10分 |  |  |  |
| 客户分类管理 | 20分 | 客户分类完全正确10分，客户分类错一个扣1分，直至0分。 | | |  |  |  |
| 客户分级管理的意义4分高效的管理措施 6分，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分 | | |
| 合计 | | 100分 | | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | | |

**6.试题编号：J1-6，售前客户服务与管理**

**(1)任务描述**

麦德龙股份公司(Metro AG)常称作"麦德龙超市"，是德国最大、欧洲第二、世界第三的零售批发超市集团，在麦德龙和万客隆(仅限欧洲)品牌旗下拥有多家麦德龙现购自运商场，是德国股票指数DAX的成分公司，世界500强之一，分店遍布32个国家。由奥托·拜斯海姆(Otto Beisheim)创建，目前总部位于杜塞尔多夫。麦德龙超市 1995 年进入中国，一直秉承着其独特的经营理念。

麦德龙是仓储式会员制，目前在中国的店铺一般都超过1万多平方米，加上建筑面积和与建筑面积基本等同的停车场面积，有的甚至达到3万～5万多平方米。与大型综合超市如家乐福与沃尔玛相比，麦德龙店对地点、面积的要求更严格，更难选到合适的店，所以，自建成为麦德龙的一贯选择。

麦德龙的客户很“有限”，因为它只对工商领域的经营者、群体消费层实行仓储式会员制，会员必须是具有法人资格的企事业单位。只有申请加入并拥有“会员证”的顾客才能进场消费。

值得注意的是，如果您带着小孩，也许您只能自己带着会员卡进超市消费了，因为麦德龙禁止 1.2 米以下的儿童进入卖场，理由很简单：作为一家大型仓储式商场，需要进行叉车作业，补充货品，而 1.2 米以下的儿童恰恰是在叉车驾驶员的视觉盲区。

购物完成后，尽管你不愿意，但你的名字将不得不重复出现在你的每一张收银单上。“透明” 收银单上面详尽地排列着消费者所购商品名称、单价、数量、金额、日期和顾客姓名等。其详细程度甚至连每包卫生纸的卷数都有说明，绝无丁点含糊。在欧洲，这种透明方式很受欢迎，可是在中国市场推行起来却有了问题。据说，截至 2003 年初，麦德龙为此事已经遭遇了金额高达上百万元的退货。

麦德龙内部根据客户规模和购买量将客户分“ABC”三类，其专门成立的“客户顾问小组”，对客户的消费结构进行分析，向客户提供专业咨询服务，帮助他们用最少的钱，配最合适的货，如：为小型装修队选配所需电动工具和手动工具提供的商品建议清单；为小型餐饮业准备的各种套餐餐具；为企事业单位准备的福利套餐商品建议目录等等。这种专业性的服务不仅帮助客户降低采购成本，还让麦德龙拥有了大批的稳定客户，并能及时掌握市场需求动态，提高商品管理的主动性和灵活性。

1）客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

根据背景材料的第 2 段到第 5 段，简单概括出麦德龙不同于其他竞争对手的 4 个服务特色（200 字左右），将概括的各特色填入表 1。

表 1 客服前的准备

|  |
| --- |
| 服务特色概述 |
|  |

1. 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，麦德龙超市定位的是哪一类目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取其成为麦德龙超市的会员。试着用文字表述出来。填入下表 2

表 2 目标客户及售前沟通模拟

|  |
| --- |
| 目标客户有哪些？ |
|  |
| 售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通 7步法） |
|  |

1. 客户终生价值计算

假定一个客户在麦德龙的保留时间为15 年，吸引、营销、维系一个客户的的 1年所用的成本是 200元。该客户每周去麦德龙交易1次，平均每次交易发生额 5000 元，平均每次交易麦德龙的人员、服务、铺面等成本是 4000 元，请计算该客户的终生价值，并简述客户终生价值的作用。填入表 3

表 3 客户终生价值

|  |
| --- |
| 计算客户的终生价值 |
|  |
| 简述客户终生价值的作用 |
|  |

1. 客户分级管理

材料中提到了麦德龙分类管理客户的方法，其实还可以对客户进行分级管理，下面是麦德龙某超市门店的客户分级管理利润表，看后回答表后的问题。

表 4 客户分级管理利润表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 客户等级 | 客户数量 | 交易总金额(单位：万元) | 按 10%利润率计算利润(单位：万元) |
| 重要客户 | 20% | 800 | 80 |
| 普通客户 | 30% | 112 | 11.2 |
| 中小客户 | 50% | 88 | 8.8 |

分析上表数据，回答下表中提出的问题。

表 5 客户分级管理

|  |
| --- |
| 上表反映了一个什么现象，你如何看待该现象： |
|  |
| 为什么要对客户分级管理，对于重要客户，你认为要做好哪些方面的工作： |
|  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售前客户服务与管理评分卡(题J1-6)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-6)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客服前的准备 | 20分 | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把服务特色与优势概括出来。 | | 16-20分 |  |  |  |
| 结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出服务的特色。 | | 10-15分 |
| 文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出服务的特色。 | | 5-9分 |
| 结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出服务的特色。 | | 3-4分 |
| 文不对题。 | | 0-2分 |
| 客户沟通技巧 | 30分 | 目标客户 | 目标客户明确，列举了3至5个典型客户群； | 5-7分 |  |  |  |
| 目标客户明确，列举了1至2个典型客户群； | 2-4分 |
| 售前沟通模拟测试 | 模拟售前营销过程中七步骤（①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤ 核实、⑥道别、⑦跟进）阐述明确。 | 20-23分 |  |  |  |
| 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了5点。 | 15-19分 |
| 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了4点。 | 10-14分 |
| 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了3点。 | 8-13分 |
| 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了3点以下。 | 0-7分 |
| 客户价值计算 | 25分 | 计算公式，价值大小计算正确，共18分。 | | |  |  |  |
| 作用：是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。  按0/3/5/7分评分。 | | |
| 客户分类管理 | 20分 | 反映现象描述完全正确5分，如何看待该现象5分。 | | |  |  |  |
| 客户分级管理的意义4分，高效的管理措施 6分，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。 | | |
| 合计 | | 100分 | | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | | |

**7.试题编号：J1-7 ，售前客户服务与管理**

**(1)任务描述**

携程（<https://www.ctrip.com>）是一个在线票务服务公司，创立于1999年，总部设在中国上海。携程旅行网拥有国内外六十万余家会员酒店可供预订，是中国领先的酒店预订服务中心。携程旅行网已在北京、广州、深圳、成都、杭州、厦门、青岛、沈阳、南京、武汉、南通、三亚等17个城市设立分公司，员工超过25000人。携程旅行网成功[整合](https://baike.so.com/doc/10038529-10540997.html)了高科技产业与传统旅游行业，向超过9000万会员提供集酒店预订、机票预订、度假预订、[商旅管理](https://baike.so.com/doc/6976619-7199308.html)、特惠商户及[旅游资讯](https://baike.so.com/doc/1061557-1123002.html)在内的全方位旅行服务。

近期，在南京、杭州、成都等机场推出全新的“携程度假体验中心”，摒弃了之前无门槛烂发会员卡的“硬销”品牌推广方式，“携程度假体验中心”这种品牌推广新策略在这种市场情况下优势渐渐崭露。“过去在销售柜台发卡一般只能预订机票、酒店，对度假产品几乎没有直接帮助，因为度假产品信息量大，从目的地信息、产品特点到出发日期，这些很难在电话预订时三言两语说清楚，现在客人可以在体验中心上网，海量度假信息一览无余，预订也非常方便迪对携程度假业务的拉动非常大”。携程旅行网度假业务总监郭光说。

1. 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

请用三句话（200个字左右）来描述此网站的特色与优势（建议从平台所能提供的服务、赢利模式进行分析），填入表1

表 1 客服前的准备

|  |
| --- |
| 服务特色与优势概述 |
|  |

2）沟通客户需求（客户沟通技巧）

分析前来携程度假体验中心的目标客户有哪些？选取某一类客户进行模拟售前营销？试着用文字表述出来。填入下表2

表 2 目标客户及售前沟通模拟

|  |
| --- |
| 目标客户有哪些？ |
|  |
| 售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通 7步法） |
|  |

1. 根据公司的特色与优势，有效进行邮件营销来进行携程旅行网网站推广，写出邮件的标题及内容（要求300字左右）。填入表3

表3 网站邮件推广

|  |  |
| --- | --- |
| 邮件标题： |  |
| 邮件内容： |  |

4）客户价值计算

假定一个客户在携程旅游每个季度有交易记录1次，平均每次交易发生额500元，以平均客户生命周期20年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对携程旅游提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外10人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外20个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为50%，抱怨的人的转换率为90%转化率。将计算结果填入下表4，并进行必要的分析。

表4 客户价值计算

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 价值类型  价值大小 | 客户基本价值/元 | 满意客户的  新增价值/元 | 抱怨客户的  价值损失/元 |
| 计算公式 |  |  |  |
| 价值大小  （销售额） |  |  |  |
| 分析结论 |  | | |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售前客户服务与管理评分卡(题J1-7)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-7)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客服前的准备 | 20分 | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站特色与优势概括出来。 | | 16-20分 |  |  |  |
| 结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。 | | 10-15分 |
| 结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。 | | 3-4分 |
| 文不对题。 | | 0-2分 |
| 客户沟通技巧 | 30分 | 目标客户 | 目标客户明确，列举了3至5个典型客户群； | 5-7分 |  |  |  |
| 目标客户明确，列举了1至2个典型客户群； | 2-4分 |  |  |  |
| 售前沟通模拟测试 | 模拟售前营销过程中七步骤（①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤ 核实、⑥道别、⑦跟进）阐述明确。 | 20-23分 |  |  |  |
| 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了5点。 | 15-19分 |  |  |  |
| 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了4点。 | 10-14分 |  |  |  |
| 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了3点。 | 8-13分 |  |  |  |
| 邮件营销 | 20分 | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站特色与优势概括出来。 | | 16-20分 |  |  |  |
| 结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。 | | 10-15分 |
| 文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。 | | 5-9分 |
| 结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。 | | 3-4分 |
| 文不对题。 | | 0-2分 |
| 客户价值计算 | 25分 | 计算公式，价值大小计算正确，每空3分，共18分 | | |  |  |  |
| 分析结论：是否深刻理解优质客户服务对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻、见解独到等按0/3/5/7分评分 | | |  |  |  |
| 合计 | | 100分 | | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | | |

**8.试题编号：J1-8 ，售前客户服务与管理**

**(1)任务描述**

湖南省白沙溪茶厂有限责任公司（http://www.bsxtea.com/home2.html）的前身是湖南省益阳茶厂白沙溪茶厂，早在一九五六被评为全国五个优秀茶厂之一。公司是中国茶叶行业百强企业、湖南省农业产业化龙头企业、湖南省高新技术企业，白沙溪是“中国黑茶标志性品牌”、“中国驰名商标”、“湖南老字号”，白沙溪黑茶是“湖南名牌产品”。

公司主要产品有"白沙溪"牌黑砖茶、花砖茶、茯砖茶、青砖茶、湘尖茶、精品黑砖条装茶、精品手筑茯砖茶、花卷茶(俗称千两茶)等系列产品。公司专业生产安化黑茶79年，其中千两茶、茯砖茶制作技艺被列入国家非物质文化遗产，黑砖茶和花砖茶曾连续两届荣获部优、省优级金银奖、千两茶、精品黑砖条装茶、天茯茶均获中国国际茶业博览会金奖。产品畅销于新疆、内蒙、甘肃、陕西、青海、宁夏、广东、广西、北京、湖南等省、市和自治区，营销网络遍及全国。部分产品远销日本、韩国、德国、蒙古、俄罗斯、东南亚等国家或地区，以及台湾、香港特区。

1）客服前的准备（熟悉企业产品特色及优势）

通过访问公司网站以及结合搜索引擎掌握茶业的相关知识，对该公司的茶叶产品进行特色及优势分析，（可以从价位、目标客户、产品种类等方面进行分析）。将内容填入表1(字数不超过100字)。

表 1 客服前的准备

|  |
| --- |
| 特色及优势分析 |
|  |

2）沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是白沙溪旗舰店的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？

表2沟通客户需求

|  |  |
| --- | --- |
| A．促成交易 | |
| 顾客：亲，我想买大益的 7572普洱茶茶，你家有么？ | |
| 注:假如你销售的产品中没有这种茶，为促成一笔订单，你怎么回复 | |
| 客服回复： |  |
| B．介绍商品 | |
| 顾客：亲，普洱茶和黑茶有什么区别呢？我听说普洱茶能减肥，是么？ | |
| 注：假如你家没有普洱茶，只有黑茶，你将怎么对客户介绍你家的茶叶，并尽量促成交易呢 | |
| 客服回复： |  |
| C．商品推荐 | |
| 顾客：亲，能给我推荐几款性价比较好的，适合女性喝的茶叶么？ | |
| 客服回复： |  |
| D．质量质疑 | |
| 顾客：你们的产品质量怎么样？ | |
| 注：需要打消客户疑虑，并促成交易 | |
| 客服回复： |  |

3）客户价值分析

针对湖南省白沙溪茶厂有限责任公司产品特点，假如将客户分为以下三类：第一类是品牌客户群，第二类是低价客户群，第三类是犹豫客户群，请分析客户群的特点。针对以上三类客户群，你认为应分别采用什么样的方式来进行产品的推介和客户管理工作？将内容填入表 3。

表 3 客户价值分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 客户类别 | 客户群特点 | 产品推介方式 | 客户管理工作 |
| 品牌客户群 |  |  |  |
| 低价客户群 |  |  |  |
| 犹豫型客户群 |  |  |  |
| 假如要对该公司的客户群进行拓展，你认为什么样的客户群将是本公司的发展对象，并加以说明分析？ | | | |
|  | | | |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售前客户服务与管理评分卡(题J1-8)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-8)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客服准备  (26  分) | 公司产品定位  10分 | 公司产品定位结合产品的特性进行分析，定位准确，文笔通顺。 |  |  |  |
| 目标客户群体  10分 | 目标客户群体至少三类以上，且描述准确。 |  |  |  |
| 营销模式  6分 | 营销模式准确，进行适当说明。 |  |  |  |
| 客户沟通  技巧  (24  分) | 促成交易  6分 | 能给出合适满意的客服口语答案，并促成交易，语言简洁准确。 |  |  |  |
| 介绍商品  6分 | 能给出较为合适的客服口语答案，能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。 |  |  |  |
| 商品推荐  6分 | 能给出较为合适的客服口语答案，能针对不同情况能做出较为准确的分析，且在此基础上用较为准确的语言，且语句流畅、通顺。 |  |  |  |
| 质量质疑  6分 | 能给出较为合适的客服口语答案，针对客户的质疑，能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。 |  |  |  |
| 客户价值分析  30分 | 客户群分析  10分 | 针对不同客户群给予合适的分析，分析准确、客观，表述清楚。 |  |  |  |
| 产品推介方式  10分 | 产品推介方式针对客户群体的划分，结合客户群体的特点，表述清楚，具有很强的可行性。 |  |  |  |
| 客户管理工作  10分 | 针对客户类别的管理方式合理恰当，描述详尽，体现了客服分级管理的特点；按回答合理性、准确性、具体等分级评分。 |  |  |  |
| 客户拓展  15分 | | 拓展的客户群体选择恰当，对其选择的原因分析合理准确，语言通顺、内容具体、切实可行。 |  |  |  |
| 合计 | | 100分 | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | |

**9.试题编号：J1-9 ，售前客户服务与管理**

**(1)任务描述**

湖南商康医药电子商务有限公司（<http://www.3kw.com.cn/>），是由世界 500 强企业中国工商银行和全洲集团核心团队共同打造的大型医药电子商务平台。商康医药网将面向全国提供网上采购、信息共享、减少中间环节、降低流通成本，为客户利益最大化提供一站式服务。并与工商银行合作隆重推出商康牡丹卡，为客户提供最长56天的免息药品采购流动周转资金，商康医药网目前是国内最大的垂直医药电子商务网，致力打造医药阿里巴巴。

1）客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）登录商康医药网

如客户想要你用三句话（不超过 200 个字）来描述公司的特色与优势，你计划从哪些方面来进行概括与总结？将内容填入表1

表 1 客服前的准备

|  |
| --- |
| 服务特色与优势概述 |
|  |

2）沟通客户需求（客户沟通技巧）

确定商康医药网网站的目标客户有哪些？将自己模拟成一名售前客户服务人员，请对目标客户需求和期望值进行预设和分析。填入下表2

表 2 目标客户及售前沟通模拟

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 目标客户有哪些？ | | |
|  | | |
| 客户需求和期望值的预设和分析： | | |
| 指标 | 内容 | 依据 |
| 信息需求 |  |  |
| 环境需求 |  |  |
| 情感需求 |  |  |
| 便利需求 |  |  |

1. 根据公司的特色与优势，有效进行邮件营销来进行网站推广，写出邮件的标题及内容，（要求200字左右），填入表3。

表3 邮件营销

|  |  |
| --- | --- |
| 邮件标题： |  |
| 邮件内容： |  |

1. 据公司数据分析，订单大多数来自于电话订购，请分析一下网上订单率不高的原因及提出相应的解决方案，将内容填入表4。

表4 数据分析

|  |  |
| --- | --- |
| 原因分析： |  |
| 解决方案： |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-9)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-9)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客服前的准备 | 20分 | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站特色与优势概括出来。 | | 16-20分 |  |  |  |
| 结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。 | | 10-15分 |
| 文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。 | | 5-9分 |
| 结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。 | | 3-4分 |
| 文不对题。 | | 0-2分 |
| 客户沟通技巧 | 30分 | 目标客户明确，列举了至少三个典型客户群，少一个扣2分。 | | 0-6分 |  |  |  |
| 客户需求和期望值的预设和分析 24 分，每空 3 分。 | | 0-24分 |
| 邮件营销 | 20分 | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站特色与优势概括出来 | | 16-20分 |  |  |  |
| 结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。 | | 10-15分 |
| 文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。 | | 5-9分 |
| 结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。 | | 3-4分 |
| 文不对题 | | 0-2分 |
| 数据分析 | 25分 | 订单率不高的原因（10分） | 找到四个主要原因且描述明确 8－10分 | |  |  |  |
| 找到三个主要原因且描述明确 6－8分 | |
| 找到二个主要原因且描述明确 4－6分 | |
| 找到一个主要原因且描述明确 2－4分 | |
| 没找到相关主要原因 0分 | |
| 提出解决方案  （15分） | 提出四个主要原因且描述明确 12－15分 | |  |  |  |
| 提出三个解决方案且描述明确 9－12分 | |
| 提出二个解决方案且描述明确 5－8分 | |
| 提出一个解决方案且描述明确 2－5分 | |
| 没有提出解决方案 0分 | |
| 合计 | | 100分 | | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | | |

**10.试题编号：J1-10，售前客户服务与管理**

**(1)任务描述**

手机中国网(http://www.cnmo.com/)成立于2007年9月,立足手机高端专业内容的建设,经过十几年的砥砺耕耘，其拥有了大量的实力积淀，手机产品库收录产品一万余、汽车产品库单品三万余、行业顶尖专家编辑百余位、科技单品专业评测文章数万篇、站点流量日活破千万，论坛用户破亿，单日电商平台带货量峰值1.2亿余元。手机中国网以专业.有趣为理念，为行业与用户提供精准快速的优质内容与服务，并将致力于成为人与科技、人与产品、人与品牌、人与服务对接的桥梁，让行业、产业、产品的价值与服务得到专业且有趣的解读，让应用层得到最完美的适配，从而引导与加速万物互联的落地，引领用户畅享科技带来的美好生活！

1）客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开手机中国网站点，了解手机中国网相关内容，将自己模拟为一名售前客服人员，分别一段语言描述手机中国网，目标是让不同的客户有进一步在手机中国网消费的欲望。将内容填入表1。

表1客服前的准备

|  |  |
| --- | --- |
| 客户类型 | 描述语言 |
| 时尚人群 |  |
| 商务人士 |  |
| 技术爱好者 |  |

2）沟通客户需求（客户沟通技巧）

分析手机中国网的目标客户有哪些？并对目标客户的需求和期望值进行预设和分析。请你为目标客户群设计一份10个客观问题（可以多选，可以单选）的网络调查问卷，问卷调查的目标是了解客户除了对产品需求之外的其他需求。将内容填入下表2。

表2沟通客户需求

|  |
| --- |
| 目标客户群有哪些？ |
|  |
| 网络调查问卷设计 |
|  |

3）客户价值计算

假定一个客户在手机中国网每年有交易记录2次，平均每次交易发生额5000元，以平均客户生命周期 3 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对手机中国网提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外10人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外20个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为50%，抱怨的人的转换率为70%转化率，或增加了手机中国网的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表3，并进行必要的分析。

表3客户价值计算

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 价值类型  价值大小 | 客户基本价值/元 | 满意客户的  新增价值/元 | 抱怨客户的  价值损失/元 |
| 计算公式 |  |  |  |
| 价值大小  （销售额） |  |  |  |
| 分析结论 |  | | |

4）客户分类管理

下表4是一组用户到手机中国网消费的基本数据，请按照ABC客户分类方法，（以55%、85%左右为分割点，A类客户大致10%、B类客户大致20%、C类客户大致70%）将客户分成ABC类。

表4 手机中国网消费的基本数据

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 客户姓名 | 年消费金额(单位：元) | 占消费总额比 |
| 客户 1 | 650 | 1.3% |
| 客户 2 | 3000 | 6% |
| 客户 3 | 1000 | 2% |
| 客户 4 | 8500 | 17% |
| 客户 5 | 350 | 0.7% |
| 客户 6 | 1250 | 2.5% |
| 客户 7 | 500 | 1% |
| 客户 8 | 26500 | 53% |
| 客户 9 | 8000 | 16% |
| 客户 10 | 250 | 0.5% |

分析上表4数据，将内容填入下表5

表5客户分类管理

|  |  |
| --- | --- |
| A类客户有： |  |
| B类客户有： |  |
| C类客户有： |  |
| 通过对客户的分析，说说ABC客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理： | |
|  | |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售前客户服务与管理评分卡(题J1-10)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-10)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分 **1** | 得分 **2** | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客服前的准备 | 20分 | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能针对该客户的特点设计合理的话术，结合了产品的特点。 | 16-20分 |  |  |  |
| 结构严谨、文笔通顺，能针对该客户的特点设计较为合理的话术，适当结合了产品的特点。 | 10-15分 |
| 文构较严谨、文笔较通顺，能基本针对该客户的特点设计较为合理的话术。 | 5-9分 |
| 结构一般、文笔不是很通顺，不能针对该客户的特点设计较为合理的话术。 | 3-4分 |
| 文不对题。 | 0-2分 |
| 客户沟通技巧 | 30分 | 目标客户明确，列举了至少三个典型客户群6分，少一个扣2分 | |  |  |  |
| 网络调研结构合理、问题项目数量符合要求、能够实现调研目的。 | 2J1-24分 |
| 网络调研结构合理、问题项目数量符合要求、基本能够实现调研目的。 | 18-20分 |
| 网络调研结构基本合理、问题项目数量符合要求、较难实现调研目的。 | 15-17分 |
| 网络调研结构不合理、问题项目数量不符合要求、不能实现调研目的。 | 0-14分 |
| 客户价值计算 | 25分 | 计算公式，价值大小计算正确，每空3分，共18分。 | |  |  |  |
| 分析结论：是否深刻理解优质客户服务对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻、见解独到等，按0/3/5/7分评分。 | |
| 客户分类管理 | 20分 | 客户分类完全正确10分，客户分类错一个扣1分，直至0分。 | |  |  |  |
| 客户分级管理的意义4分，高效的管理措施 6分，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。 | |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**11.试题编号：J1-11 ，售前客户服务与管理**

**（1）任务描述**

华为商城（http://www.vmall.com）是华为公司旗下的自营电子商务平台，以最终用户为主要对象，提供华为手机、无线上网设备、平板电脑、配件等系列终端产品和服务；是以营造用户的移动信息生活为服务宗旨的互联网商务平台。

华为终端研发起始于1993年，在WCDMA、CDMA、GSM、视讯、接入终端、应用终端等多个终端技术领域积累了丰富的经验，产品覆盖手机、移动宽带、融合终端、视讯等多种形态的产品系列。

1）企业网站特点分析与描述

请登录华为商城（http://www.vmall.com），用三句话（不超过 200 个字）来描述此网站的特色与优势。将内容填入表1。

表1客服前的准备

|  |
| --- |
| 此网站的特色与优势 |
|  |

2）分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，华为商城定位的是哪一类目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取客户购买华为商城的产品。试着用文字表述出来。填入下表2。

表2 分析与沟通客户

|  |
| --- |
| 目标客户有哪些？ |
|  |
| 售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通 7 步法） |
|  |

3）客户分类管理

小张是华为商城的客服，有这多年的网上商城客服管理经验，并积累了一定的网上客户资源。他发现，经常到他这里来买东西的，大部分都是熟客，或者是熟客又推荐的新客户。为了更好的管理这些熟客，他做了非常精细的统计，下面是小张积累的数据，按照ABC客户分类方法，（以55%、85%左右为分割点，A类客户大致10%、B类客户大致20%、C类客户大致70%）将客户分成ABC类。

表3 网上客户资源数据表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 客户姓名 | 年消费金额(单位：元) | 占消费总额比 |
| 客户 1 | 500 | 2.5% |
| 客户 2 | 1200 | 6% |
| 客户 3 | 3400 | 17% |
| 客户 4 | 100 | 0.5% |
| 客户 5 | 140 | 0.7% |
| 客户 6 | 3200 | 16% |
| 客户 7 | 400 | 2% |
| 客户 8 | 260 | 1.3% |
| 客户 9 | 10600 | 53% |
| 客户10 | 200 | 1% |

分析上表3数据，完成下表4内容填写。

表4客户分类管理

|  |  |
| --- | --- |
| A类客户有： |  |
| B类客户有： |  |
| C类客户有： |  |
| 通过对客户的分析，说说ABC客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理： | |
|  | |

4）客户沟通技巧

小王是公司新来的客服人员，前天接到一个客户电话，根据下面的电话内容，指出小王在和客户电话沟通过程中的错误之处，并修改。请讲错误之处的对话序号填到表格中的“错误之处”，并说明原因且修改。

拨打热线客户A

小王B

1. B：喂，你好！
2. A：你好，我是XX的一个用户„
3. B： 我知道，请讲！
4. A：是这样，我的手机这两天一接电话就掉线......
5. B： 是不是信号不好啊！
6. A：不是，在大街上都掉线，好多次了„..
7. B： 那是不是你手机有问题啊？我们的卖出的手机不可能出现这种问题的！
8. A：我的手机才买3个月，不可能出问题啊？
9. B： 你的手机在哪里买的？
10. A：就在你们那里买的！肯定是你们的手机质量有问题！是水货手机冒充行货吧！
11. B： 不可能！如果是手机问题，我的怎么不掉线啊？
12. A：那我就搞不清了！那我的手机问题怎么办啊？天天掉线，你给我交话费啊！
13. B： 你的手机出问题了，我怎么给你交话费啊！手机出问题了，去修就可以了啊！
14. A：你这是什么服务态度，我要投诉你....
15. B：挂断....

表5 客户沟通技巧

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 错误之处 | 错误原因 | 修改结果 |
|  |  |  |
| ...... |  |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售前客户服务与管理评分卡(题J1-11)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-11)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分 | | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 企业网站特点分析与描述 | 15分 | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站的特色与优势概括出来 | | 13-15分 |  |  |  |
| 结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。 | | 10-12分 |
| 文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。 | | 7-9分 |
| 结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。 | | 4-6分 |
| 文不对题 | | 0-3分 |
| 客户沟通技巧 | 25分 | 目标客户  （5分） | 目标客户明确，列举了3至5个典型客户群； | 3-5分 |  |  |  |
| 目标客户明确，列举了1至2个典型客户群； | 0-2分 |
| 售前沟通模拟测试（20分） | 模拟售前营销过程中七步骤（①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤ 核实、⑥道别、⑦跟进）阐述明确。 | 17-20分 |  |  |  |
| 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了5点。 | 12-16分 |
| 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了4点。 | 8-11分 |
| 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了3点。 | 4-7分 |
| 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到3点以下。 | 0-3分 |
| 客户分类管理 | 25分 | 客户分类完全正确10分，客户分类错一个扣1分，直至0分。 | | |  |  |  |
| 客户分级管理的意义4分高效的管理措施 6分，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分 | | |  |  |  |
| 客户沟通技巧 | 30分 | 错误之处（6分） | 错误之处指出正确（6分）,错一个扣2分 | |  |  |  |
| 原因分析（10分） | 错误原因分析准确（10分），错一个扣2分 | |  |  |  |
| 修改  （14分） | 修改语言得体（14分），错一个扣3分 | |  |  |  |
| 合计 | | 100分 | | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | | |

**12.试题编号：J1-12，售前客户服务与管理**

**（1）任务描述**

唯品会（http://www.vip.com/），一家专门做特卖的网站，每天 100 个品牌授权特卖、确保正品、确保特价、限量抢购。区别于其他网购品牌，唯品会定位于“一家专门做特卖的网站”，每天上新品，以低至 1 折的深度折扣及充满乐趣的限时抢购模式，为消费者提供一站式优质购物体验。唯品会创立之初，即推崇精致优雅的生活理念，倡导时尚唯美的生活格调，主张有品味的生活态度，致力于提升中国乃至全球消费者的时尚品味。

1）企业网站特点分析与描述 （200字左右）

请登录唯品会网站，用三句话来描述此网站的特色与优势。将内容填入表1。

表1客服前的准备

|  |
| --- |
| 此网站的特色与优势 |
|  |

2）沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是唯品会的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？填写表2。

表2沟通客户需求

|  |  |
| --- | --- |
| A．打招呼 | |
| 顾客：在么？ | |
| 客服回复： |  |
| B．介绍商品 | |
| 顾客：你好，我看中了一款护肤品，但是不知道是否合适我。我是混合性肤质，肌肤比较敏感，用什么样的护肤品合适呢？ | |
| 客服回复： |  |
| C．价格辩论 | |
| 顾客：你们的产品怎么那么贵啊？ | |
| 客服回复： |  |
| D．质量质疑 | |
| 顾客：你们的产品质量怎么样？ | |
| 客服回复： |  |

3）客户价值分析

针对唯品会各大品牌的产品特点，按收入状况对其市场客户群进行划分，并分析各类客户群的消费特点及相应的产品营销策略，将内容填入表3中。

表3 客户价值分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 分类方式 | 客户群 | 客户群特点 | 产品推介方式 |
| 按收入状况划分 |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

4）客户管理

针对以上三类客户群，你认为应分别采用什么样的方式来进行客户管理工作？将内容填入表4中。

表4 客户管理

|  |  |
| --- | --- |
| 客户类别 | 客户管理方式 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售前客户服务与管理评分卡(题J1-12)

**售前客户服务与管理评分卡(题J1-12)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | 得分 **1** | 得分 **2** | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分 |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客 服  准备  (16  分) | 公司产品定位（5分） | 公司产品定位结合产品的特性进行分析，定位准确。文笔通顺。 |  |  |  |
| 目标客户群体（5分） | 目标客户群体至少三类以上，且描述准确 |  |  |  |
| 营销模式  （6分 ） | 营销模式准确，进行适当说明 |  |  |  |
| 客 户沟 通技巧  (24  分) | 打招呼  （6分 ） | 热情有礼貌，语言简洁准确，符合客服打招呼中基本要求。 |  |  |  |
| 介绍商品  （6分 ） | 能给出较为合适的客服口语答案，能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。 |  |  |  |
| 价格辩论  （6分 ） | 能根据客户的要求在合理范围内进行价格辩论，且在此基础上用较为准确的语言，且语句流畅、通顺。 |  |  |  |
| 质量质疑  （6分 ） | 能给出较为合适的客服口语答案，针对客户的质疑，能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。 |  |  |  |
| 客 户价 值分析  25分 | 客户群  （5分） | 客户群划分正确。 |  |  |  |
| 特点描述  （10分） | 描述正确 |  |  |  |
| 推广方式  （10分） | 推广方式选择恰当，描述合理，有一定的创意 |  |  |  |
| 客 户管理 | 30分 | 客户类别填写正确3\*3分=9分；  针对客户类别的管理方式合理恰当，描述详尽，体现了客服分级管理的特点；按回答合理性、准确性、具体等分级评分，3\*7分=21分。 |  |  |  |
| 合计 | | 100分 | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | |

**13.试题编号：J1-13，售后客户服务与管理**

**（1）任务描述**

安徽三只松鼠电子商务有限公司2012 年成立于安徽芜湖，是一个以互联网为依托，利用天猫、京东、当当等B2C平台销售经营坚果、干货、茶叶等森林食品的公司。三只松鼠旗舰店于2012年6月19日在天猫商城试营上线，7天时间完成1000单的销售，2012年11月11日，首次参加双十一大促，日售766万，刷新天猫视品行业单店日销售额最高纪录，目前在全网零食坚果行业销量第一，店铺动态评分都高于同行业，产品月销量都达到上千单，每月都有产品不断上新，主打坚果，肉食、果干、糕点类产品也都很受欢迎。

但网络购物具有虚拟性和间接性的特点，顾客在收到产品前接触不到实际产品，只能通过视频和商品详情页来了解产品，客户会习惯以完美标准来想象产品，由此他们会对产品带有一些主观性的期待，也不可避免地会产生一些异议。

1）产品异议处理

客户收到产品后，可能会因为各种原因对产品产生异议，作为三只松鼠旗舰店的售后客服，你将如何处理以下客户异议，将内容填入表 1。

表1产品异议处理

|  |  |
| --- | --- |
| A．实物与图片不符 | |
| 顾客：乳酸菌的小面包很好吃，但是个头实在太小了，一点都不够吃，严重图片实物不符。 | |
| 客服回复： |  |
| B．口味异议 | |
| 顾客：不好吃，感觉臭豆腐味道偏咸，不是想象中的口感 | |
| 客服回复： |  |
| C．产品变质 | |
| 顾客：买到的松子里面有不少变质的，三四颗就会出现一颗，黑色的，很苦，有点失望啊 | |
| 客服回复： |  |
| D．产品受潮 | |
| 顾客：这次买的蜜饯、水果干和素食豆干，物流很快。但是这回买的芒果干感觉像受潮了一样，软趴趴的。 | |
| 客服回复： |  |

2）价格异议处理

人们往往也会潜意识的认为网上销售一定要比店铺价格低许多，顾客在网上进行产品的购买时通常会进行比价，货比三家，信誉高、销量好、价格实惠的店铺很容易得到人们的信赖。三只松鼠店铺处于全网零食坚果行业销量的第一名，始终保持贴心低价，与线下商场超市相比，三只松鼠的产品便宜20%左右，但仍有部分客户对产品价格不满意从而产生价格异议。作为三只松鼠旗舰店的售后客服，你将如何处理以下客户异议，填入下表 2。

表 2 价格异议处理

|  |  |
| --- | --- |
| A．抱怨价格 | |
| 顾客：为什么你们家的产品要比别人家贵些，感觉好划不来啊！ | |
| 客服回复： |  |
| B．讨价还价 | |
| 顾客：你们家价格太贵了，能不能便宜点？ | |
| 客服回复： |  |

3）服务异议处理

活动大促期间订单剧增可能会由于打包客服的人手不足或工作疏忽导致商品发货慢、漏发、错发等问题，最终导致客户对服务产生异议。作为三只松鼠旗舰店的售后客服，你将如何处理以下客户异议，填入下表3。

表 3 服务异议处理

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 情况种类 | 案例 | 客服应答话术 |
| 发货缓慢 | 为什么我买的三只松鼠大礼包还没发货呀？ |  |
| 到货缓慢 | 为什么我买的一箱面包都发货六天了还没到啊？ |  |
| 商品发错 | 为什么我下单的是山楂片给我发的却是蚕豆啊？ |  |
| 商品漏发 | 我买的松鼠大礼包不是有10包的吗？为什么少了两包？ |  |

4）内部改善措施

针对上述客户异议，作为三只松鼠旗舰店的售后客服，你认为企业应该如何进行内部改善以尽量减少客户异议的产生，填入下表34。

表 4 内部改善措施

|  |  |
| --- | --- |
| 异议类型 | 内部改善措施 |
| 产品异议 |  |
| 价格异议 |  |
| 服务异议 |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-13)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-13)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 产品异议处理 | 25分 | 实物与图片不符（6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合具体情况设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |  |  |  |
| 口味异议  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合具体情况设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |
| 产品变质  （7分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合具体情况设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |
| 产品受潮  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合具体情况设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |  |  |  |
| 价格异议处理 | 15分 | 抱怨价格  （8分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合品牌优势设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |  |  |  |
| 讨价还价  （7分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合店铺活动设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |  |  |  |
| 服务异议处理 | 25分 | 发货缓慢  （7分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术。 |  |  |  |
| 到货缓慢  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术。 |  |  |  |
| 商品发错  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术。 |  |  |  |
| 商品漏发  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术。 |  |  |  |
| 内部改善措施 | 30分 | 产品异议  （10分） | 能针对上述描述的异议种类制定至少3项内部改善措施且描述明确，按0/3/6/10评分。 |  |  |  |
| 价格异议  10分） | 能针对上述描述的异议种类制定至少3项内部改善措施且描述明确，按0/3/6/10评分。 |
| 服务异议  （10分） | 能针对上述描述的异议种类制定至少3项内部改善措施且描述明确，按0/3/6/10评分。 |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**14.试题编号：J1-14，售后客户服务与管理**

**（1）任务描述**

一叶子(One Leaf)所属的公司是——上海上美化妆品有限公司，2014年底 一叶子品牌应运而生。作为新一代植物护肤品牌，将新鲜营养植物与新鲜植物科技结合，重新发现植物护肤的新价值。一叶子官方旗舰店（https://oneleafhzp.tmall.com/）开设于2012年9月28日，该网店到目前为止拥有粉丝数高达601.6万，且在逐日增长，经天猫评估，该店铺从品质、物流、咨询及售后等多维度表现优异，达到综合体验5星标准，主营的产品大类有面膜、爽肤水、精华等。

但由于化妆品短期使用效果不直观且因人而异，顾客在收到产品前无法试用与体验产品，只能通过视频和商品详情页来了解产品，因此客户对于产品本身难免会产生异议或不信任，更甚者会产生售后问题。

1）产品异议处理

客户可能会因为各种原因对产品产生异议，作为一叶子官方旗舰店的售后客服，你将如何处理以下客户异议，将内容填入表 1。

表1产品异议处理

|  |  |
| --- | --- |
| A．产品效果异议 | |
| 顾客：亲，因为您在介绍的时候说的补水效果很好，于是我买了，可是为什么感觉效果很一般呢？甚至好像没什么用，你们店铺的诚信太差了。 | |
| 客服回复： |  |
| B．产品质量异议 | |
| 顾客：用了这次买的面膜脸上一直冒痘痘，敷上去也会刺痛，真是便直没好货，做活动都是噱头。 | |
| 客服回复： |  |
| C．赠品异议 | |
| 顾客：买的那天明明是买第二件半价还另外赠送10片，到手共50片，现在收到货了为什么没有送的10片？ | |
| 客服回复： |  |
| D．包装异议 | |
| 顾客：收到货以为是发错了，为什么收到的货跟产品主页展示图片不一样呢？ | |
| 客服回复： |  |

2）价格异议处理

人们往往也会潜意识的认为网上销售一定要比店铺价格低许多，顾客在网上进行产品的购买时通常会进行比价，货比三家，信誉高、销量好、价格实惠的店铺很容易得到人们的信赖。一叶子官方旗舰店产品价格相对偏低，但仍有部分客户对产品价格不满意从而产生价格异议。作为一叶子官方旗舰店的售后客服，你将如何处理以下客户异议，填入下表 2。

表 2 价格异议处理

|  |  |
| --- | --- |
| A．抱怨价格 | |
| 顾客：为什么你们家的产品价格比别人家都贵些呢？ | |
| 客服回复： |  |
| B．价格过低 | |
| 顾客：你们家价格太低了，产品质量有保障吗？ | |
| 客服回复： |  |
| C．价格误导（套餐价格通常是在一个区间范围内，单品或系列不同价格会有差异） | |
| 顾客：这款护肤套装首页看明明是139元，为什么付款的时候却是259呢？  （注：139是水+乳+洗面奶套餐价格，259是水+乳+洗面奶+精华+芦荟胶+喷雾价格） | |
| 客服回复： |  |

3）服务异议处理

活动大促期间订单剧增可能会由于打包客服的人手不足或工作疏忽导致商品发货慢、漏发、错发等问题，最终导致客户对服务产生异议。作为一叶子官方旗舰店的售后客服，你将如何处理以下客户异议，填入下表3。

表 3 服务异议处理

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 情况种类 | 案例 | 客服应答话术 |
| 发货缓慢 | 你们家发货太慢了吧，都下单一天了还不发？ |  |
| 到货缓慢 | 为什么我买的面膜都已经发货六天了还没收到啊？ |  |
| 商品发错 | 我买的是水乳套装为什么给我发的粉底液？ |  |
| 包裹损坏 | 该说什么好呢?货到了但是粉底液都流出来了，产品到底是不是全新包装？为什么包装这么敷衍？ |  |

4）内部改善措施

针对上述客户异议，作为一叶子官方旗舰店的售后客服，你认为企业应该如何进行内部改善以尽量减少客户异议的产生，填入下表34。

表 4 内部改善措施

|  |  |
| --- | --- |
| 异议类型 | 内部改善措施 |
| 产品异议 |  |
| 价格异议 |  |
| 服务异议 |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-14)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-14)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 产品异议处理 | 25分 | 产品效果异议（6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合产品专业知识设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |  |  |  |
| 产品质量异议（6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合专业知识设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |
| 赠品异议  （7分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合具体情况设计合理、准确的回复话术，平息客户怒气。 |
| 包装异议  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合具体情况设计合理、准确的回复话术，平息客户怒气。 |  |  |  |
| 价格异议处理 | 15分 | 抱怨价格  （5分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合品牌优势设计合理、准确的回复话术、平息客户怒气。 |  |  |  |
| 价格过低  （5分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合店铺优势设计合理、准确的回复话术，打消客户质量质疑。 |  |  |  |
| 价格误导  （5分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合具体情况设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |  |  |  |
| 服务异议处理 | 25分 | 发货缓慢  （7分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术。 |  |  |  |
| 到货缓慢  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术。 |  |  |  |
| 商品发错  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术。 |  |  |  |
| 包裹损坏  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术。 |  |  |  |
| 内部改善措施 | 30分 | 产品异议  （10分） | 能针对上述描述的异议种类制定至少3项内部改善措施且描述明确，按0/3/6/10评分。 |  |  |  |
| 价格异议  10分） | 能针对上述描述的异议种类制定至少3项内部改善措施且描述明确，按0/3/6/10评分。 |
| 服务异议  （10分） | 能针对上述描述的异议种类制定至少3项内部改善措施且描述明确，按0/3/6/10评分。 |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**15.试题编号：J1-15，售后客户服务与管理**

**(1)任务描述**

毛菇小象（SMALL LIKE）女装品牌创立于2010年，是杭州默琳服饰有限公司旗下子品牌，专注于欧美风时尚，提供一站式购物体验。毛菇小象官方旗舰店是毛菇小象女装的淘宝店铺，开店时间为2010年12月27日，主要经营毛菇小象连衣裙、雪纺衫、棉衣、羽绒服、针织衫、衬衫、西装、外套等服饰，产品100%正品保障，七天无理由退换货。毛菇小象是淘宝女装类目top前十，年销售额过亿元。店铺粉丝数有2091.7万人，店铺好评率高达98.87%。

网络交易虽然是在虚拟空间完成的，但是交易过程中仍然要遵守现实相关的法律法规，同时也要遵守网购平台所制定的各种规则。遵守规则是网店客服日常工作的头等大事，一旦违规将会面临平台处罚，因此，网店客服需要在上岗前对规则进行学习。

1）客户常见问题回复

订单完成后客户可能会因为各种原因对产品或订单产生异议，作为毛菇小象官方旗舰店的售后客服，你将如何处理以下客户异议，将内容填入表 1。

表1客户常见问题回复

|  |  |
| --- | --- |
| A．退换货运费 | |
| 顾客：这款裙子我刚刚收到货发现颜色我不喜欢，想换成别的颜色，我想问一下寄回运费是由谁承担？ | |
| 客服回复： |  |
| B．商品发票 | |
| 顾客：我在你家买了一条裙子，你们店里的发票可以开办公用品或其他的吗？ | |
| 客服回复： |  |
| C．商品签收 | |
| 顾客：如果有事不能当面签收，请别人代为签收可以吗？ | |
| 客服回复： |  |
| D．交易流程 | |
| 顾客：我昨天下单的裤子没发货，今天早上申请退款成功了，但是我现在后悔了还是想买，请问可以发货吗？ | |
| 客服回复： |  |

2）评价管理

在网购平台上，买家对商品的评价是影响其他消费者购物决策的重要因素，也是卖家经营店铺的重要参考。将自己模拟为毛菇小象官方旗舰店一名售后客服人员，针对客户评价进行回复，将内容填入表2中。

表2评价管理

|  |  |
| --- | --- |
| 1.店铺评分主要是针对哪几个方面进行评分？ | |
|  | |
| 2.评价管理 | |
| 客户评价内容  （好评） | 多次购买，每次买到的衣服都非常喜欢，质量很赞！！！ |
| 客服回复 |  |
| 客户评价内容  （中评） | 衣服价格不算太贵，质量也还过得去。 |
| 客服回复 |  |
| 客户评价内容  （差评） | 我想说质量真的很垃圾，特别是裙子腰部的纽扣很多余，建议大家不要购买，裙子外层的纱特别容易刮到。 |
| 客服回复 |  |

3）违规行为处理

案例：买家小詹用账号“阿华”在毛菇小象官方旗舰店拍下了一件外套，然后用账号“李子”和卖家客服核对收货地址，卖家客服贴出“阿华”地址后，账号“李子”投诉商家泄露自身信息给“阿华”，最后淘宝平台判定卖家违规。请根据案例回答下列问题，将内容填入表2中。

表2 淘宝规则学习

|  |  |
| --- | --- |
| 案例中的违规行为属于哪一类违规？ |  |
| 具体属于哪一项行为？ |  |
| 你认为应该如何避免此类违规 |  |

4）恶意差评处理

恶意差评是存在于网上购物平台的不正当竞争现象，恶意差评师在没有根据的情况下对商品给予差评，以此进行敲诈勒索，或是达成打压竞争对手的目的。

案例：近期，客服小美遇到一件棘手的事情布置如何处理，事情是这样的：账号为“小吕”的买家在淘宝网上下单了一件T恤，而后其通过阿里旺旺联系客服小美表示如果发货就给予店铺差评、如果不发货就投诉卖家，只有向他支付一定钱款，他才会同意关闭交易。小美与对方沟通了很久对方仍然态度强硬，为了避免投诉，小美当天下午便安排了发货。谁知过了4天后，该买家果真给了差评，恶意编造产品质量问题抹黑店铺形象。

如果你是改公司的售后客服，这时你会怎么处理这件事情，将内容填入表4中。

表4 恶意差评处理

|  |  |
| --- | --- |
| 恶意差评投诉渠道 |  |
| 提交哪些投诉凭证 |  |
| 预期效果 |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-15)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-15)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客户常见问题回复 | 25分 | 退换货运费  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能根据淘宝平台交易规则进行合理、准确的回复，体现礼节性。 |  |  |  |
| 商品发票  （7分） | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能根据淘宝平台交易规则进行合理、准确的回复，体现礼节性。 |
| 商品签收  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能根据淘宝平台交易规则进行合理、准确的回复，体现礼节性。 |
| 交易流程  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能根据淘宝交易流程进行合理、准确的回复，体现专业性和礼节性。 |
| 评价管理 | 20分 | 店铺评分内容（6分） | 按回答准确性、全面性 0/2/4/6 给分 |  |  |  |
| 好评回复  （6分） | 能结合客户评价内容设计合理、简洁准确的回复话术，体现对客户的感激之情。 |
| 中评回复  （6分） | 能结合客户评价内容设计合理、简洁准确的回复话术，体现对客户的感激之情。 |  |  |  |
| 差评回复  （8分） | 能结合客户评价的内容及时作出合理、简洁准确且易于接受的回复话术，体现对客户的歉意和解决方案。 |  |  |  |
| 违规行为处理 | 25分 | 违规行为判断（5分） | 按回答准确性0/5给分 |  |  |  |
| 违规条例判断（5分） | 按回答准确性0/5给分 |
| 避免措施（15分） | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能根据淘宝平台交易规则进行合理、准确的回复，体现礼节性和专业性。 |  |  |  |
| 恶意差评处理 | 25分 | 投诉渠道  （5分） | 按回答准确性0/3/5给分 |  |  |  |
| 投诉凭证  （10分） | 按回答准确性、全面性0/3/5/7/10给分 |  |  |  |
| 预期效果  （10分） | 按回答准确性、全面性0/3/5/7/10给分 |  |  |  |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**16.试题编号：J1-16，售后客户服务与管理**

**(1)任务描述**

OPPO公司成立于2004年，坐标广东，是一家国有企业，致力于研发数码电子产品，主要经营电子产品及移动互联网。OPPO手机官方旗舰店是一家天猫店铺，创立于2012年6月4号，主要出售智能手机，其次有辅助出售数据线、充电器、自拍杆和耳机等手机配件。

网络交易虽然是在虚拟空间完成的，但是交易过程中仍然要遵守现实相关的法律法规，同时也要遵守网购平台所制定的各种规则。遵守规则是网店客服日常工作的头等大事，一旦违规将会面临平台处罚，因此，网店客服需要对规则进行学习。

1）客户常见问题回复

订单完成后客户可能会因为各种原因对产品或订单产生异议，作为毛菇小象官方旗舰店的售后客服，你将如何处理以下客户异议，将内容填入表 1。

表1客户常见问题回复

|  |  |
| --- | --- |
| A．退换货运费 | |
| 顾客：我购买的这款数据线我刚刚试了几次都充不上电，我要退货，寄回的运费谁承担？ | |
| 客服回复： |  |
| B．商品发票 | |
| 顾客：我买了两台手机，你们开发票可以帮我开2张吗，每张发票对应一个公司？ | |
| 客服回复： |  |
| C．退款 | |
| 顾客：退款成功了但是钱为什么还是没有到账呢？ | |
| 客服回复： |  |
| D．交易流程 | |
| 顾客：这款手机没我想象中那么好看，请问怎么退货？  （注：已激活的OPPO手机不支持7天无理由退货,手机开机安装SIM卡且连接数据或WIFI网络后，电子保卡会被激活并注册） | |
| 客服回复： |  |

2）评价管理

在网购平台上，买家对商品的评价是影响其他消费者购物决策的重要因素，也是卖家经营店铺的重要参考。将自己模拟为毛菇小象官方旗舰店一名售后客服人员，针对客户评价进行回复，将内容填入表2中。

表2评价管理

|  |  |
| --- | --- |
| 1.店铺评分主要是针对哪几个方面进行评分？ | |
|  | |
| 2.评价管理 | |
| 客户评价内容  （好评） | 接触超灵敏，充电速度很快和原装-模一样，包装很好还有发票，物流真的超快，昨天买今天就到了。 |
| 客服回复 |  |
| 客户评价内容  （中评） | 质量还行，就是有点小贵 |
| 客服回复 |  |
| 客户评价内容  （差评） | 差评，物流超级慢，5天才收到货，拿快递的时候快递小哥还特别不耐烦。 |
| 客服回复 |  |

3）违规行为处理

客户:请问物下商品后今天就可以发货吗?

客服:可以。

客户马上拍下一件商品， 并且地址偏远，快递无法送达，客服将这一情况反馈后、客户立即投诉客户违背承诺。

请根据上述案例回答下列问题，将内容填入表2中。

表2 淘宝规则学习

|  |  |
| --- | --- |
| 案例中的违规行为属于哪一类违规？ |  |
| 具体属于哪一项行为？ |  |
| 你认为应该如何避免此类违规 |  |

1. 客户复购率提升

根据本月的客户回访数据显示，店铺客户的复购度较低，请以提升OPPO手机官方旗舰店客户复购率为目标，提出至少3个实际可行的解决方案，将内容填入表4 。

表4 客户复购率提升

|  |  |
| --- | --- |
| 客户复购率提升方式 | 具体内容 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-16)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-16)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客户常见问题回复 | 25分 | 退换货运费（6分） | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能根据淘宝平台交易规则进行合理、准确的回复，体现礼节性。 |  |  |  |
| 商品发票  （7分） | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能根据淘宝平台交易规则进行合理、准确的回复，体现礼节性。 |
| 退款  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能根据淘宝平台交易流程进行合理、准确的回复，体现礼节性。 |
| 交易流程  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能根据淘宝交易流程进行合理、准确的回复，体现专业性和礼节性。 |
| 评价管理 | 20分 | 店铺评分内容（6分） | 按回答准确性、全面性 0/2/4/6 给分 |  |  |  |
| 好评回复  （6分） | 能结合客户评价内容设计合理、简洁准确的回复话术，体现对客户的感激之情。 |
| 中评回复  （6分） | 能结合客户评价内容设计合理、简洁准确的回复话术，体现对客户的感激之情。 |  |  |  |
| 差评回复  （8分） | 能结合客户评价的内容及时作出合理、简洁准确且易于接受的回复话术，体现对客户的歉意和解决方案。 |  |  |  |
| 违规行为处理 | 25分 | 违规行为判断（5分） | 按回答准确性0/5给分 |  |  |  |
| 违规条例判断（5分） | 按回答准确性0/5给分 |
| 避免措施（15分） | 结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能根据淘宝平台交易规则进行合理、准确的回复，体现礼节性和专业性。 |  |  |  |
| 客户复购率提升 | 25分 | 客户复购率提升方式  （7分） | 至少找到3个客户复购率提升方式且描述明确，每个方式按0/1/2评分，全部正确7分。 |  |  |  |
| 客户复购率提升具体内容（18分） | 针对每个方式指定具体的客户服务内容且描述明确，每个内容按0/2/4/6评分，全部正确共18分。 |  |  |  |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**17.试题编号：J1-17，售后客户服务与管理**

**（1）任务描述**

湖南焱魔方实业有限公司于2017年09月25日成立。公司经营范围包括生产、加工、销售及网上销售家用电器、家用家具等。其子公司广东焱魔方电器制造有限公司是一家专注生产研发智能家居，智能升降取暖茶几为主的智能家电企业。

焱魔方官方旗舰店是公司线上的主要店铺，店铺在2015年的双十一上销售额为60万，突破了整个店铺的运营额，给公司带来了巨大的收益。“焱魔方”品牌凭借其过硬品质和良好口碑，在短时间内赢得了市场的认可和消费者的青睐，逐渐成为了B2B电暖桌销售市场的龙头老大，线上卖出10台就有7台是焱魔方品牌。未来，焱魔方会更专注于智能取暖茶几的研发生产，不断投入研发和科技创新，提升产品品质和用户体验，为消费者带来更优异的产品。但顾客在收到产品前无法试用与体验产品，只能通过视频和商品详情页来了解产品，因此客户对于产品本身难免会产生异议或不信任，更甚者会产生售后问题。

1）产品异议处理

客户可能会因为各种原因对产品产生异议，作为焱魔方官方旗舰店的售后客服，你将如何处理以下客户异议，将内容填入表 1。

表1产品异议处理

|  |  |
| --- | --- |
| A．产品外观异议 | |
| 顾客：为什么我收到的这些产品都和店铺图片描述不一样？ | |
| 客服回复： |  |
| B．产品质量异议 | |
| 顾客：为什么我收到的取暖桌遥控器不能使用？ | |
| 客服回复： |  |
| C．赠品异议 | |
| 顾客：说好的赠送保暖罩为什么收到货没有么？ | |
| 客服回复： |  |
| D．产品功能异议 | |
| 顾客：这个取暖桌为什么没有童锁功能，这样家里有小孩的怎么放心。 | |
| 客服回复： |  |

2）价格异议处理

人们往往也会潜意识的认为网上销售一定要比店铺价格低许多，顾客在网上进行产品的购买时通常会进行比价，货比三家，信誉高、销量好、价格实惠的店铺很容易得到人们的信赖。焱魔方官方旗舰店产品价格相对偏低，但仍有部分客户对产品价格不满意从而产生价格异议。作为焱魔方官方旗舰店的售后客服，你将如何处理以下客户异议，填入下表 2。

表 2 价格异议处理

|  |  |
| --- | --- |
| A．抱怨价格 | |
| 顾客：为什么你们家的产品价格比别人家都贵些呢？ | |
| 客服回复： |  |
| B．价格过低 | |
| 顾客：你们家价格这么低，产品质量有保障吗？ | |
| 客服回复： |  |
| C．价格误导（套餐价格通常是在一个区间范围内，单品或系列不同价格会有差异） | |
| 顾客：这款产品明明写的促销价个958，为什么我提交订单价格还是1158元？  （注：活动日当天前1000名购买者确认收货后返200元信息） | |
| 客服回复： |  |

3）服务异议处理

活动大促期间订单剧增可能会由于打包客服的人手不足或工作疏忽导致商品发货慢、漏发、错发等问题，最终导致客户对服务产生异议。作为焱魔方官方旗舰店的售后客服，你将如何处理以下客户异议，填入下表3。

表 3 服务异议处理

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 情况种类 | 案例 | 客服应答话术 |
| 发货缓慢 | 你们家发货太慢了吧，都下单一天了还不发？ |  |
| 到货缓慢 | 物流太慢,而且物流更新还超级超级慢。 |  |
| 商品发错 | 我下单的是白色的取暖桌怎么发给我一件黑色的？ |  |
| 包裹损坏 | 和想象的有点差别玻璃烂了一点，不注意很容易划伤手还有这个胶水也有点出来有点影响美观。 |  |

4）内部改善措施

针对上述客户异议，作为焱魔方官方旗舰店的售后客服，你认为企业应该如何进行内部改善以尽量减少客户异议的产生，填入下表34。

表 4 内部改善措施

|  |  |
| --- | --- |
| 异议类型 | 内部改善措施 |
| 产品异议 |  |
| 价格异议 |  |
| 服务异议 |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-17)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-17)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 产品异议处理 | 25分 | 产品外观异议（6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合产品专业知识设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |  |  |  |
| 产品质量异议（6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合专业知识设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |
| 赠品异议  （7分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合具体情况设计合理、准确的回复话术，平息客户怒气。 |
| 产品功能异议（6分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合具体情况设计合理、准确的回复话术，平息客户怒气，推荐合适的产品。 |  |  |  |
| 价格异议处理 | 15分 | 抱怨价格  （5分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合品牌优势设计合理、准确的回复话术、平息客户怒气。 |  |  |  |
| 价格过低  （5分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合店铺优势设计合理、准确的回复话术，打消客户质量质疑。 |  |  |  |
| 价格误导  （5分） | 结构严谨、文笔通顺，能结合具体情况设计合理、准确且具有说服力的回复话术。 |  |  |  |
| 服务异议处理 | 25分 | 发货缓慢  （7分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术。 |  |  |  |
| 到货缓慢  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术。 |  |  |  |
| 商品发错  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术并提出合理可行的解决措施。 |  |  |  |
| 包裹损坏  （6分） | 结构严谨、文笔通顺，能针对客户常提出的问题设计合理、准确且易于客户理解和接受的话术。 |  |  |  |
| 内部改善措施 | 30分 | 产品异议  （10分） | 能针对上述描述的异议种类制定至少3项内部改善措施且描述明确，按0/3/6/10评分。 |  |  |  |
| 价格异议  10分） | 能针对上述描述的异议种类制定至少3项内部改善措施且描述明确，按0/3/6/10评分。 |
| 服务异议  （10分） | 能针对上述描述的异议种类制定至少3项内部改善措施且描述明确，按0/3/6/10评分。 |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**18.试题编号：J1-18，售后客户服务与管理**

**(1)任务描述**

深圳市富安娜家居用品股份有限公司成立于1994年，是一家集研发、设计、生产、营销和物流于一体的综合型家居企业，其创立了“富安娜”、“维莎”、“馨而乐”、“酷奇智”、“圣之花”、“富安娜•美家”“六大品牌。作为国内家居纺织行业上市先驱企业，富安娜迄今已发展24年，分别在深圳龙华、江苏常熟、四川南充、湖北阳新、广东惠东建立五大生产基地。通过行业内具有先见性的直营与加盟并行营销体系，已在全国各省市开设近2000家专卖店柜，并且成为全国各大商业系统主力合作品牌。同时自2009年开始启动电商渠道发展战略，通过优质的商品与适中的价格以及品牌良好的吸引力，目前已成为天猫、京东、唯品会等电商平台主力推广品牌。

尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。12月16日，公司的客户小张打来电话投诉：

①小张12月10日从公司网站上买了20套床上用品，是单位年会用的，12月16日收到货，但是收货后发现实物和图片不一样，于是打电话给客服要求退货；

②编号为1145的客服人员说快递信息显示12月14日“已签收”，认为小张12月14日那天没说，到现在才来说，肯定是年会结束了，不想要了来退货的，于是拒绝退货。

③小张非常生气，自己明明12月16日才收到货，为何会显示12月14日“已签收”，要求解释原因，编号为1145的客服人员要向自己道歉，并坚持要求退货。

1）客户投诉分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户投诉的思路是什么？（字数要求在

200字），将内容填入表 1。

表 1 客户投诉分析

|  |
| --- |
| 本案例属于哪种类型的投诉？ |
|  |
| 针对这种投诉，客服处理客户投诉的思路是什么？ |
|  |

2）客户投诉处理

查证情况:

①仓库进行了解，原来之前的货卖完了，新进的货物是临时换了一个人在管，花案确实是不一样的。

②因为12月14日货是送到门卫那里，又是星期六，小张不在单位不知道，因此他确实是12月16日收到货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由，填入下表 2。

表 2 客户投诉处理

|  |  |
| --- | --- |
| 步骤 1： |  |
| 话术 1： |  |
| 步骤 2： |  |
| 话术 2： |  |
| 步骤 3： |  |
| 话术 3： |  |
| ...... |  |

3）客户回访和关怀

通过跟踪处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表3。

表 3 客户回访邮件

|  |  |
| --- | --- |
| 邮件标题： |  |
| 邮件内容： |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-18)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-18)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客户投诉分析 | 25分 | 客户投诉类型判断正确 5分 | |  |  |  |
| 客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求 | 16-20分 |  |  |  |
| 客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求 | 10-15分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺 | 5-9分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求 | 0-4分 |
| 客户投诉处理 | 40分 | 处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强 | 36-40分 |  |  |  |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强 | 30-35分 |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性 | 24-29分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性 | 16-23分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性 | 9-15分 |
| 处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节 | 0-8分 |
| 客户关怀回访 | 30分 | 客户回访电子邮件格式5分，按0/3/5分评分 | |  |  |  |
| 客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容10分，按0/4/6/8/10分评分 | |
| 语言通顺、礼节性强 5分，按0/3/5分评分 | |
| 能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按  0/4/6/8/10分评分 | |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**19.试题编号：J1-19，售后客户服务与管理**

**(1)任务描述**

“农民伯伯”于2015年11月在湖南祁东县成立，总部设在衡阳市高新区，经过一年迅猛发展，农民伯伯已在湖南、重庆、青海等8个省建立了全资控股省级公司，25个控股县级子公司，开设近4500家农村电商服务站，覆盖1000多万人群，目前拥有480余名员工，5000余名电商服务站工作人员，是“全国电商扶贫典型案例”、“湖南省电子商务重点培育项目”和“湖南省电商扶贫典型案例”，并被众多媒体冠以“国内发展最快的农村电商机构”的称号。农民伯伯商城（http://www.nongminbb.com/）是由农民伯伯集团打造的地方农特产品专卖商城，平台精选数万地方特产，保证绿色安全，汇聚数千地方特色卖家，产品深入到村，让您足不出户即可尝遍地方特产，体味家乡味。

身在昆明的靖州人小杨是农民伯伯商城的忠实粉丝，2019年6月15日她在农民伯伯商场购买了价值 108元的靖州杨梅礼盒装，6月18日顺丰到货。小杨很喜欢吃。到6月20 日，小杨发现鲜果出现腐烂情况，于是手机联系农民伯伯商场的客服，要求将剩下的没吃完已经变质的食品退换货。

1）客户投诉分析

按投诉的原因划分，客户投诉有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户投诉的思路是什么？字数要求在200字以内，将内容填入表 1。

表1 客户投诉分析

|  |
| --- |
| 本案例属于哪种类型的投诉？ |
|  |
| 针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？ |
|  |

1. 客户投诉处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

①2019 年 6月15日她在农民伯伯商场上的龙泽食品专营店购买了价值 108 元的云靖州杨梅礼盒装，6月18日顺丰到货。

②6月20日，小杨发现鲜果出现腐烂情况，于是手机联系农民伯伯商场的客服，要求将剩下的没吃完已经变质的食品退换货。

③经查实，商家自述鲜果到货时并未出现腐坏的情况，后面出现这种情况主要原因在于买家保存不妥善。

④小杨承认合租住房没有冰箱，且6月 18至20日天气炎热潮湿，且商家在购买时也没有认真提醒鲜果存放。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表 2。

表 2 客户投诉处理

|  |  |
| --- | --- |
| 步骤 1： |  |
| 话术 1： |  |
| 步骤 2： |  |
| 话术 2： |  |
| 步骤 3： |  |
| 话术 3： |  |

1. 内部改进措施

通过 1 个工作日的协商处理，虽然该客户的投诉已得到解决，但为了避免下次同样或类似事情的发生，公司要求大家就这一事件进行研讨，发现当前生鲜水果客户服务存在的问题，制定内部改进措施。请以降低生鲜水果投诉率为目标，至少找到当前存在的3个问题并制定实际可行的解决方案，将内容填入表3 。

表3内部改进措施

|  |  |
| --- | --- |
| 存在的问题 | 改进措施 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-19)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-19)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客户投诉分析 | 25分 | 客户投诉类型判断正确 5分 | |  |  |  |
| 客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求 | 16-20分 |  |  |  |
| 客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求 | 10-15分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺 | 5-9分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求 | 0-4分 |
| 客户投诉处理 | 40分 | 处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强 | 36-40分 |  |  |  |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强 | 30-35分 |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性 | 24-29分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性 | 16-23分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性 | 9-15分 |
| 处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节 | 0-8分 |
| 内部改进措施 | 30分 | 每找到一个当前存在的主要问题且描述明确，按0/3分评分  每根据当前切实存在的主要问题提出切实可行的解决方案，按0/2/5/7分评分  要求要能结合商场实际情况，否则扣10分。 | |  |  |  |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**20.试题编号：J1-20，售后客户服务与管理**

**(1)任务描述**

唯品会（http://www.vip.com/），一家专门做[特卖](http://baike.baidu.com/view/1022468.htm)[的网站，](http://baike.baidu.com/subview/4232/18338514.htm)每天 100 [个品牌授权特](http://baike.baidu.com/view/303220.htm)卖、确保正品、确保特价、限量抢购。区别于其他网购品牌，唯品会定位于“一家专门做特卖的网站”，每天上新品，以低至 1 折的深度折扣及充满乐趣的限时抢购模式，为消费者提供一站式优质购物体验。唯品会创立之初，即推崇精致优雅的生活理念，倡导时尚唯美的生活格调，主张有[品味的](http://baike.baidu.com/subview/668745/5094641.htm)生活态度，致力于提升中国乃至全球消费者的时尚品味。 2009年唯品会成立，2012 年3月23日，唯品会成功登陆美国纽交所。

李小姐是唯品会忠实的粉丝，经常在唯品会上购买母婴、家居等商品。2018 年“双十一”，李小姐在唯品会上被低价吸引，以每罐 99 元购买了 6 罐全球购商品“美版雅培”，此商品一般售卖价格在 128 元每罐。因为母乳比较充足，到 2019年 4 月 8 日，李小姐给小孩泡奶粉时发现，牛奶在 2019 年 6 月份即将过期，于是联系唯品会客服要求将剩下的 4 罐牛奶退换货，但是客服拒绝退换货，李小姐进行了投诉。

1）客户异议分析

按投诉的原因划分，客户投诉有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在200字以内，将内容填入表 1。

表1 客户异议分析

|  |
| --- |
| 本案例属于哪种类型的投诉？ |
|  |
| 针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？ |
|  |

2）客户异议处理通过了解查证后，客户投诉原因为：

①2018年 11 月 11 日，李小姐利用 6 个账号（一个账号限买 1 罐）在唯品会秒杀购买了美版二阶段的罐装雅培婴儿奶粉。

②2019 年 4 月 8 日，李小姐发现奶粉即将在 6 月 15 日过期。

③李小姐投诉至唯品会，要求将剩下未开罐的奶粉退换货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表 2。

表 2 客户异议处理

|  |  |
| --- | --- |
| 步骤 1： |  |
| 话术 1： |  |
| 步骤 2： |  |
| 话术 2： |  |
| 步骤 3： |  |
| 话术 3： |  |
| ...... |  |

3）客户关怀回访

通过 3 个工作日的协商处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电话的方式对该客户进行回访。回访的内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于唯品会的服务是否有相关建议，是否有新的问题需要得到帮助等。

表3 客户电话回访

|  |  |
| --- | --- |
| 预计回访时间及原因 |  |
| 电话回访前期准备与问题预设 |  |
| 接通电话问候语 |  |
| 结束语 |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-20)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-20)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客户投诉分析 | 25分 | 客户投诉类型判断正确 5分 | |  |  |  |
| 客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求 | 16-20分 |  |  |  |
| 客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求 | 10-15分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺 | 5-9分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求 | 0-4分 |
| 客户投诉处理 | 40分 | 处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强 | 36-40分 |  |  |  |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强 | 30-35分 |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性 | 24-29分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性 | 16-23分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性 | 9-15分 |
| 处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节 | 0-8分 |
| 客户关怀回访 | 30分 | 客户电话回访时间合理2分，理由充分且表述清晰3分。 | |  |  |  |
| 电话回访前期准备内容充分5分  问题预设涵盖了要求回访的内容8分，按0/4/6/8分评分 | |
| 接通电话问候语礼节性强且能准确表述回访目的8分，按0/3/5/8分评分 | |
| 结束语礼节性强且能准确表述对用户的感激，按0/2/4分评分 | |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**21.试题编号：J1-21，售后客户服务与管理**

**(1)任务描述**

2018 年 3 月 17 日，西安理工大学的小刘在某数码网店上以 68元的价格购买一个 32G 的U盘，3 月 19 日收货时检查外观没有问题。可是使用了两天后，小刘发现，将大量信息存入后，存储的信息在拔掉U盘的同时就丢失了。小刘用容量测试软件对其进行测试，发现这个 U盘 的实际容量仅为 1G，与 32G 相差巨大。小刘与售后客服联系，进行了投诉。

1)客户投诉分析

按投诉原因划分有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户投诉的思路是什么？（字数要求在200字）将内容填入表 1。

表 1 客户投诉分析

|  |
| --- |
| 本案例属于哪种类型的投诉？ |
|  |
| 针对这种投诉，客服处理客户投诉的思路是什么？ |
|  |

1. 客户投诉处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

① U盘刚刚开始使用就出现严重质量问题；

②32G的U盘实际只有1G容量，来回换货非常麻烦；

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户投诉处理

|  |  |
| --- | --- |
| 步骤 1： |  |
| 话术 1： |  |
| 步骤 2： |  |
| 话术 2： |  |
| 步骤 3： |  |
| 话术 3： |  |
| ...... |  |

3)客户回访和关怀

通过一周的协商处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电话的方式对该客户进行回访。回访的内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于数码网店的服务是否有相关建议，是否有新的问题需要得到帮助等。

表3 客户电话回访

|  |  |
| --- | --- |
| 预计回访时间及原因 |  |
| 电话回访前期准备与问题预设 |  |
| 接通电话问候语 |  |
| 结束语 |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-21)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-21)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客户投诉分析 | 25分 | 客户投诉类型判断正确 5分 | |  |  |  |
| 客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求 | 16-20分 |  |  |  |
| 客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求 | 10-15分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺 | 5-9分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求 | 0-4分 |
| 客户投诉处理 | 40分 | 处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强 | 36-40分 |  |  |  |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强 | 30-35分 |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性 | 24-29分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性 | 16-23分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性 | 9-15分 |
| 处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节 | 0-8分 |
| 客户关怀回访 | 30分 | 客户电话回访时间合理2分，理由充分且表述清晰3分。 | |  |  |  |
| 电话回访前期准备内容充分5分  问题预设涵盖了要求回访的内容8分，按0/4/6/8分评分 | |
| 接通电话问候语礼节性强且能准确表述回访目的8分，按0/3/5/8分评分 | |
| 结束语礼节性强且能准确表述对用户的感激，按0/2/4分评分 | |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**22.试题编号：J1-22，售后客户服务与管理**

**（1）任务描述**

中国电信集团公司（简称“中国电信”）成立于2002年，是我国特大型国有通信企业。中国电信作为中国主体电信企业和最大的基础网络运营商，拥有世界第一大固定电话网络，覆盖全国城乡，通达世界各地，成员单位包括遍布全国的31个省级企业，在全国范围内经营电信业务。企业秉持“用户至上、用心服务”的服务理念，以全面创新、求真务实，不断超越的精神风貌，致力于创造美好生活的良好愿景。尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。

一天，公司的某客户怒气冲冲地打来电话投诉：

①客户来电反映本机没有通过任何方式申请开通农信通业务，但现收到提醒短信告知已订购农信通的新闻快讯业务；

②现客户强烈要求核实原因并退订；

③同时要求以后不要以任何借口帮他开通一些所谓的免费体验业务。

1)客户异议分析

按投诉的原因划分有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）将内容填入表 1。

表 1 客户投诉分析

|  |
| --- |
| 本案例属于哪种类型的投诉？ |
|  |
| 针对这种投诉，客服处理客户投诉的思路是什么？ |
|  |

2)客户异议处理

通过了解，客户于2月27日来电反映上述问题。经查，客户于2019年02月27日 08:22:11被反向开通新闻快讯短信包月业务，开通原因为公司营业员输错号码，导致错办业务。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户投诉处理

|  |  |
| --- | --- |
| 步骤 1： |  |
| 话术 1： |  |
| 步骤 2： |  |
| 话术 2： |  |
| 步骤 3： |  |
| 话术 3： |  |
| ...... |  |

3)客户回访和关怀

通过两星期的跟踪处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电话的方式对该客户进行回访。回访的内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于中国电信集团公司的服务是否有相关建议，是否有新的问题需要得到帮助等。

表3 客户电话回访

|  |  |
| --- | --- |
| 预计回访时间及原因 |  |
| 电话回访前期准备与问题预设 |  |
| 接通电话问候语 |  |
| 结束语 |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-22)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-22)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客户投诉分析 | 25分 | 客户投诉类型判断正确 5分 | |  |  |  |
| 客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求 | 16-20分 |  |  |  |
| 客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求 | 10-15分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺 | 5-9分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求 | 0-4分 |
| 客户投诉处理 | 40分 | 处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强 | 36-40分 |  |  |  |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强 | 30-35分 |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性 | 24-29分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性 | 16-23分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性 | 9-15分 |
| 处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节 | 0-8分 |
| 客户关怀回访 | 30分 | 客户电话回访时间合理2分，理由充分且表述清晰3分。 | |  |  |  |
| 电话回访前期准备内容充分5分  问题预设涵盖了要求回访的内容8分，按0/4/6/8分评分 | |
| 接通电话问候语礼节性强且能准确表述回访目的8分，按0/3/5/8分评分 | |
| 结束语礼节性强且能准确表述对用户的感激，按0/2/4分评分 | |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**23.试题编号：J1-23，售后客户服务与管理**

**（1）任务描述**

2019年某月，顾客在国储电脑城购买了一台价值五千多元的电脑。详细描述如下：

当日，顾客走进电脑区时，营业员都忙着，有的在接待顾客，有的在理货，当时营业员 A 接待了顾客，并为顾客介绍产品，但由于顾客穿着很不得体，还问些不着边际的问题，总看些贵重的机器，而且时间已是晚上将近 8 点钟了，因此营业员也有些不耐烦，觉得肯定不能买，就爱答不理的。顾客说；“能不能帮我介绍一下这款，我想给我儿子买台电脑，要好点的，上大学用！”营业员这会儿觉得，可能会买，这才细心的为顾客介绍。过程中，顾客问回去有问题怎么办。营业员说：“没关系，有什么问题尽管找我。”最终达成了销售。

过了 10 天左右，这位顾客又来找这个营业员，说机器有毛病，首先笔记本开机只有桌面，剩下什么都没有，其次电池电量用的太快，要求退货。营业员与顾客协商，要求顾客到售后检测，顾客不同意，并说，电脑刚买没几天，就出现这样的问题，就是你机器质量问题，并且你不是说有问题尽管找你的吗？这会儿又让我去售后。卖的时候挺好，有问题就往别的地方支。

1）客户投诉分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户投诉的思路是什么？（字数要求在200 字）。将内容填入表1。

表1客户投诉分析

|  |
| --- |
| 本案例属于哪种类型的投诉？ |
|  |
| 针对这种投诉，客服处理客户投诉的思路是什么？ |
|  |

1. 客户投诉处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

①电脑开机只有桌面，其它什么也没有；

②电脑电池电量损耗太快；

③认为售中客服要求其进行产品检测是忽悠他；

④要求退货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户异投诉处理

|  |  |
| --- | --- |
| 步骤 1： |  |
| 话术 1： |  |
| 步骤 2： |  |
| 话术 2： |  |
| 步骤 3： |  |
| 话术 3： |  |
| ...... |  |

3）客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理，该客户的问题已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求500字左右。将邮件内容填入表3。

表 3 客户回访邮件

|  |  |
| --- | --- |
| 邮件标题： |  |
| 邮件内容： |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-23)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-23)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客户投诉分析 | 25分 | 客户投诉类型判断正确 5分 | |  |  |  |
| 客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求 | 16-20分 |  |  |  |
| 客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求 | 10-15分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺 | 5-9分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求 | 0-4分 |
| 客户投诉处理 | 40分 | 处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强 | 36-40分 |  |  |  |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强 | 30-35分 |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性 | 24-29分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性 | 16-23分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性 | 9-15分 |
| 处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节 | 0-8分 |
| 客户关怀回访 | 30分 | 客户回访电子邮件格式5分，按0/3/5分评分 | |  |  |  |
| 客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容10分，按0/4/6/8/10分评分 | |
| 语言通顺、礼节性强 5分，按0/3/5分评分 | |
| 能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按  0/4/6/8/10分评分 | |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**24.试题编号：J1-24，售后客户服务与管理**

**（1）任务描述**

湖南长沙的王先生 ，前不久在某家电卖场举办“五一特惠”上发现，他中意的一款电视产品的优惠幅度达到1200元，于是就购买了一台。可是当他交完钱回家等厂商送货安装时，烦心事就接踵而来了。当时王先生和卖场约好的是在第二天送货上门，而且发票上也写得清清楚楚，可是到了第二天等了一天也没有看到送货的人，于是他就打电话询问，厂商却说由于是降价产品，卖得太火，断货了，正在从厂家紧急调运，要他先等等，再过一天一定送到。无奈，王先生只好等着，等到了再次约定的时间，王先生又是空等一天，厂商的理由和前一天一样。王先生虽然心里头很窝火，但是想到毕竟在价格上捡了便宜，就说服自己耐心地等着，就这样一直等到第四天，服务人员才送货安装。

等服务人员匆匆忙忙安装好电视离开后，王先生晚上看电视时发现坐在沙发上必须得仰着头才能看，看一会脖子就受不了了。于是王先生赶紧和厂商联系，听了王先生说的情况后，厂商称可能是安装人员把安装数据搞错了，表示会尽快派人上门重新安装。可是此后，王先生就陷入了无尽地等待中，每次王先生打电话催，厂商都以生意太忙，安装人员忙不过来为由进行推辞，迟迟不上门服务。就这样一直等到卖场的“五一特惠”结束后的一个星期，厂商的服务人员才上门重新安装。尤其让王先生生气的是，这位服务人员表示，上次安装不当的主要原因是安装人员的技术不过关，因为很多安装服务人员都是卖场在平板电视节期间临时招聘的，没有经过系统的培训。 王先生于是向卖场要求退货。

1）客户投诉分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户投诉的思路是什么？（字数要求在200 字）将内容填入表 1。

表 1 客户投诉分析

|  |
| --- |
| 本案例属于哪种类型的投诉？ |
|  |
| 针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？ |
|  |

1. 客户投诉处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

①卖场承诺第二天安装，结果第四天才安装电视；

②安装差错导致客户无法正常观看，厂家处理拖延；

③厂家服务人员称很多安装服务人员都是卖场在平板电视节期间临时招聘的，没有经过系统的培训；

④要求退货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户投诉处理

|  |  |
| --- | --- |
| 步骤 1： |  |
| 话术 1： |  |
| 步骤 2： |  |
| 话术 2： |  |
| 步骤 3： |  |
| 话术 3： |  |

1. 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理，该客户的问题已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求500字左右。将邮件内容填入表3。

表 3 客户回访邮件

|  |  |
| --- | --- |
| 邮件标题： |  |
| 邮件内容： |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-24)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-24)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客户投诉分析 | 25分 | 客户投诉类型判断正确 5分 | |  |  |  |
| 客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求 | 16-20分 |  |  |  |
| 客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求 | 10-15分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺 | 5-9分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求 | 0-4分 |
| 客户投诉处理 | 40分 | 处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强 | 36-40分 |  |  |  |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强 | 30-35分 |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性 | 24-29分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性 | 16-23分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性 | 9-15分 |
| 处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节 | 0-8分 |
| 客户关怀回访 | 30分 | 客户回访电子邮件格式5分，按0/3/5分评分 | |  |  |  |
| 客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容10分，按0/4/6/8/10分评分 | |
| 语言通顺、礼节性强 5分，按0/3/5分评分 | |
| 能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按  0/4/6/8/10分评分 | |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |

**25.试题编号：J1-25，售后客户服务与管理**

**(1)任务描述**

去年8月，严女士带女儿一起参加了某旅行社组织的新马泰6日游。旅游团一行由泰国导游带领来到曼谷一家颇有名气的国家级大珠宝店，母女二人花费2万元购买了两条钻石项链。同时，这家专卖店还为她们出具了两份产品证书。

然而，回国后的严女士将宝石拿去专业机构重新鉴定后发现，所购项链上的“钻石”是假钻，价值远远低于2万元。 严女士认为质保单上的标识对于不是专业人员来说，一时搞不清哪个是宝石的质量、还是钻的质量、还是整个项链的质量，而这位店员则利用了游客对珠宝知识的缺乏，以欺骗的手法，误导了这次消费，感到非常气愤，侵害了消费者的正当权利，造成了经济上与精神上极大的损失与伤害。游客向旅行社投诉，要求赔偿其经济损失 2万元。

1）客户投诉分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户投诉的思路是什么？（字数要求在 200 字）将内容填入表 1。

表 1 客户投诉分析

|  |
| --- |
| 本案例属于哪种类型的投诉？ |
|  |
| 针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？ |
|  |

1. 客户投诉处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

①购项链上的“钻石”是假的；

②要求赔钱。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户投诉处理

|  |  |
| --- | --- |
| 步骤 1： |  |
| 话术 1： |  |
| 步骤 2： |  |
| 话术 2： |  |
| 步骤 3： |  |
| 话术 3： |  |
| ...... |  |

3）客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理，该客户的问题已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表3。

表 3 客户回访邮件

|  |  |
| --- | --- |
| 邮件标题： |  |
| 邮件内容： |  |

**(2)实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，0ffice2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求90 分钟完成

**(4)评分标准**

见售后客户服务与管理评分卡(题J1-25)

**售后客户服务与管理评分卡(题J1-25)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评价内容 | | 配分 | 评分标准 | | 得分1 | 得分2 | 平均分 |
| 职业素养  (5分) | | 5分 | 注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分 | |  |  |  |
| 工作任务  (95  分) | 客户投诉分析 | 25分 | 客户投诉类型判断正确 5分 | |  |  |  |
| 客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求 | 16-20分 |  |  |  |
| 客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求 | 10-15分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺 | 5-9分 |
| 客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求 | 0-4分 |
| 客户投诉处理 | 40分 | 处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强 | 36-40分 |  |  |  |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强 | 30-35分 |
| 处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性 | 24-29分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性 | 16-23分 |
| 处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性 | 9-15分 |
| 处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节 | 0-8分 |
| 客户关怀回访 | 30分 | 客户回访电子邮件格式5分，按0/3/5分评分 | |  |  |  |
| 客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容10分，按0/4/6/8/10分评分 | |
| 语言通顺、礼节性强 5分，按0/3/5分评分 | |
| 能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按  0/4/6/8/10分评分 | |
| 合计 | | 100分 | | |  |  |  |
| 试题评阅人签名 | | | | | | | |