

★ 服务热线: 400-615-1233
★ 配套精品教学资料包
★ www.huatengedu.com.cn

电子商务新形态一体化教材



电商实战宝典系列
电子商务新形态一体化教材

校企双元开发

电子商务客户服务

DIANZI SHANGWU KEHU FUWU



电子商务客户服务

主编 张磊

DIANZI SHANGWU KEHU FUWU

电子商务客户服务

主编 张磊



策划编辑: 高锐
责任编辑: 边丽新
封面设计: 高仰伟

ISBN 978-7-5635-6282-4



9 787563 562824 >

定价: 38.00元

北京邮电大学出版社



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com



电商实战宝典系列
电子商务新形态一体化教材



DIANZI SHANGWU KEHU FUWU

电子商务 客户服务



主 编 张 磊
副主编 董京霞 殷 辉



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

内 容 简 介

本书按照“项目导向、任务驱动”方式进行编写。全书共有六个项目,内容包括走进电子商务客户服务、电子商务客户服务入职准备、售前客户服务、售后客服技巧、客户关系管理、提升客户服务质量。

本书既可作为电子商务专业的教材,也可作为电子商务服务企业,尤其是电子商务代运营企业的员工培训用书,同时适合有意从事电子商务客服工作的人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务客户服务 / 张磊主编. -- 北京 : 北京邮电大学出版社, 2020. 12(2024. 2 重印)

ISBN 978-7-5635-6282-4

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 002805 号

策划编辑: 高 锐 责任编辑: 边丽新 封面设计: 高仰伟

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: 11

字 数: 227 千字

版 次: 2020 年 12 月第 1 版

印 次: 2024 年 2 月第 3 次印刷

ISBN 978-7-5635-6282-4

定 价: 38.00 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

PREFACE

前言

随着电子商务的发展,电子商务客服岗位越来越重要,已经成为电商企业不可缺少的重要组成部分。同时,随着社会经济的发展,人们对生活品质的追求越来越高,不仅关注产品的价格和使用价值,还会考虑产品的附加价值,如优质的售后服务、良好的购物体验等。在这种情境下,电商企业需要了解客户的需求,并通过良好的客户关系管理,提供让消费者满意的产品和服务,才能赢得客户,留住客户。

本书在编写方面最大的特点是以企业岗位需求及典型工作任务为主线,以服务电商企业为宗旨,遵循“实用为主,需用为先”的原则,内容和结构的编排都让人耳目一新。我们邀请了客服行业专家对客服岗位进行工作任务和职业能力分析,以此作为本书编写的线索和依据,根据电商客服工作涉及的内容,划分若干教学模块,在编写中穿插“任务导入”“情景案例”“案例分析”“想一想”“做一做”“知识链接”等小模块,融知识传授和技能培养为一体。学生边学、边思考、边练习,从而更好地理解作为一名优秀的客服人员需要掌握的知识和技能,更好地适应电商客服岗位和职业发展的需要。

本书内容及参考学时如下。

序 号	内 容	学 时
项目一	走进电子商务客户服务	8
项目二	电子商务客户服务入职准备	10
项目三	售前客户服务	10
项目四	售后客服技巧	10
项目五	客户关系管理	10
项目六	提升客户服务质量	8
合计		56



本书由张磊担任主编,董京霞和殷辉担任副主编。

由于作者水平有限,书中难免存在疏漏之处,希望广大读者朋友批评指正。

编 者

项目一	走进电子商务客户服务	1
任务一	理解电子商务客户服务	1
任务二	了解电商客服人员应具备的素质和技能	8
技能训练	——千牛平台的安装使用	14
项目总结		17
思考与练习		18
项目二	电子商务客户服务入职准备	20
任务一	提高电商客服人员业务技能	20
任务二	认同企业文化和企业精神	27
技能训练	——售前客服准备	32
项目总结		37
思考与练习		37
项目三	售前客户服务	39
任务一	商品知识储备	39
任务二	学习沟通技巧	51
任务三	了解客户接待流程及注意事项	60
技能训练	——产品 SKU 分析	71
项目总结		75
思考与练习		76
项目四	售后客服技巧	77
任务一	售后产品的退换货处理	77



任务二 正确处理双方的纠纷及投诉	85
技能训练——客户行为分析	97
项目总结	102
思考与练习	102
项目五 客户关系管理	104
任务一 了解客户关系管理	104
任务二 电子商务客户满意度	113
任务三 电子商务客户忠诚度	121
技能训练——千牛平台的客户关怀服务操作	128
项目总结	135
思考与练习	136
项目六 提升客户服务质量	138
任务一 调整客服人员的情绪和压力	138
任务二 客服销售数据监控	146
任务三 客服团队管理	156
技能训练——客户分类	163
项目总结	168
思考与练习	168
参考文献	170



项目一

走进电子商务客户服务

学习目标

- 【知识目标】
 - 掌握电子商务客户服务的基础知识。
 - 熟悉电子商务客户服务人员应具备的基本素质。
- 【能力目标】
 - 掌握电商企业的组织结构图和岗位职责。
 - 掌握千牛平台工具的安装和使用。

任务一 理解电子商务客户服务



任务导入

电子商务客户服务的内容

某快递公司客服 B 接到客户电话,客户情绪激动,表示快递员不上门派送,并且上一个客服没有解决此问题。经过了解,情况是这样的:该客户的网购商品已经到达小区,快递员未与客户沟通就放在了小区快递柜中,客户收到需要自取的提醒信息,但客户不满意,与快递员联系时,快递员表示自己已离开该小区,希望客户自己到快递柜取出商品,客户不认可,拨打客服电话要求处理。客服 A 接电话后联系了快递员,了解到客户反映的情况属实,给客户回电也是告知客户需要他到快递柜取,并挂断了客户电话。

任务分析:

- (1) 请问:如果你是客服 B,你要如何处理客户的问题?
- (2) 案例中涉及的客户服务内容有哪些?



一、客户服务的含义

随着信息技术的突飞猛进,社会经济不断发展,企业间产品的同质化倾向日趋明显,产品更新换代的速度也日益加快。企业间激烈的竞争最终成了客户之间的竞争,企业也都在思考怎样才能吸引更多的用户,怎样才能培育更忠实的用户。越来越多的企业都通过为客户提供更好的服务来赢得客户,大部分企业在制定企业战略目标时都会包括客户服务质量的目标,也就是说,客户服务在企业经营战略中占有非常重要的位置。因此,客户服务越来越受到重视,企业对具有客户服务技能的人才需求越来越大。

1. 客户服务的定义

客户服务,主要体现了一种以客户为导向的价值观,它整合及管理在预先设定的最优成本——服务组合中的客户界面的所有要素。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。

2. 客户服务的座右铭

以客户至上为经营理念的公司,都会努力认清客户的内部需求和外部需求,并尽量满足客户。例如,沃尔玛公司的创始人萨姆·沃尔顿,为公司制定了三条客户服务座右铭:“顾客是上帝”“尊重每一个员工”“每天追求卓越”。

3. 创造企业客户服务个性

如今,几乎所有的企业都在努力地为客户提供最佳的服务,当客户感到企业的存在就是为他们服务、并能满足他们的特殊要求时,企业就获得了竞争的优势,这种优势称为服务个性。只有企业的客户服务个性水平高,就会有更多的客户光顾,从而产生更多的忠实客户,企业才会获取更多的利润。



想一想

请根据下面两则广告选择其中的一款冰箱,并说明原因。

1. 巨人冰箱

颜色:红、白、蓝、黄 4 种颜色

体积:180 厘米×120 厘米×60 厘米

容量:80L

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。

最低制冷温度:—14℃

售价:2 380 元

2. 幻彩冰箱

颜色:红、白、蓝、黄 4 种颜色

体积:180 厘米×120 厘米×60 厘米

容量:80L

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。

最低制冷温度:−12℃

售价:1 980 元

请根据两款冰箱的以下补充信息,再次做出选择并说明原因。

1. 巨人冰箱

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。

2. 幻彩冰箱

服务:保修 1 年,冰箱一旦售出,若无明显质量问题,概不接受退货。

回答:

- (1) 你的前后两次选择有所改变吗?
- (2) 什么原因导致你的选择发生改变?
- (3) 在现在激烈的市场竞争中,客户服务占有什么样的地位?

二、电子商务客户服务的含义

电子商务客户服务也称“网上客服”,是基于互联网的一种客户服务,是指通过网上即时通信工具(如阿里旺旺)为主的为客户提供产品及一系列服务。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的与客户建立“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。



【案例分析】

电子商务客户服务需具备的基础知识

客户:你好,请问我家有 3 口人,需要购买多大容量的热水器呢?



客服:您好,储水式热水器一般 50L 左右就可以了哦。

客户:现在下单明天能到吗?

客服:请把您的地址告诉我一下呢。

客户:江苏南京玄武区。

客服:帮您查了一下,现在下单的话预计明天上午到。

客户:到了就安装吗?

客服:您好,正常是后天师傅上门安装呢。

客户:好的,谢谢。

客服:不用客气呢,请问还有其他需要帮您的吗?

客户:没有了。

客服:感谢您的咨询,请给小妹一个评价哦!

问题:

- (1) 客服在回答服务客户时是否有错误? 如果有,请指出。
- (2) 以上案例中,客服运用了哪些基本知识?

做一做

分析传统店面客户服务与电子商务客户服务的区别,明确电子商务客户服务的特点,完成表 1-1。

表 1-1 传统店面客户服务与电子商务客户服务的区别

比 较 项	传统店面客户服务	电子商务客户服务
工作内容		
工作时间		
工作方式		
工作环境		
工作对象		

三、电子商务客户服务的内容

（一）电子商务客户服务包含的内容

电子商务客户服务人员所提供的服务包括客户答疑、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。

（二）处理电子商务客户关系应当遵循的原则

不同的客户具有不同的性格,一旦问题没有处理好,有些客户就会抱怨,而且还可能引起连锁效应,使整个企业受到影响,遭受信任危机。因此,企业需要对客户进行仔细的分析研究,想出跟客户有效沟通的方法,尽可能让客户满意。电子商务客户服务人员的服务应当遵循以下几点原则。

1. 承诺与惯性原则

承诺与惯性原则是指人们对过去做过的事情有一种强烈连贯性的需求,希望维持一切旧有的形式。客户过去有一种什么样的习惯或做事的方法,会影响现在或将来他对事物的需求。因此,客服人员要学会与客户相处,找到客户内心一种需求层次的提升。

2. 互惠原则

人们到水果摊买水果时,卖水果的老板有时会切一块水果让其品尝,如果顾客觉得水果的味道不错,就有可能购买;到超市购物时,有些促销员会请顾客品尝一杯酸奶,如果觉得味道不错,就有可能购买。这就是互惠原则,也是一种文化传说,所谓“来而不往非礼也”。我们在帮助别人的时候,别人也在想着如何回馈。客服在和客户交往的过程中,可以在适当的时机,给客户一些“小恩小惠”,不要小看这些不起眼的“小恩小惠”,它可能会让客户觉得自己受到了尊重,激发客户购买的欲望。

3. 社会认同原则

社会认同的影响力无处不在。购买商品和服务的人可以极大地影响客户的购买决策,让更多的人来购买。人们会效仿身边人的行为,特别是那些看上去和他们相似的人。例如,我们会发现企业里一些员工会用同一款手机,办同一个健身房的会员卡。商家抓住这一点,经常会利用与品牌或产品目标人群的人或情景来影响消费者的选择。



【案例分析】

惠多热水器不出热水如何解决?

用户在网上买了一台惠多热水器,收到货的第二天用户反馈热水器不出热水,售后承诺当天上门,后告知次日才能上门。后来客户打售后电话多次,均无人接听。



客户很着急,情绪很激动,抱怨出了问题不及时解决,影响正常生活,如果不及时上门就要投诉了。

问题:

- (1) 案例中出现的情形如果处理不好,可能会出现什么后果?
- (2) 如果你是热水器公司的客服,遇到案例中的情况,你会如何处理?
- (3) 谈谈要处理好上述案例中客户的投诉,客服要具备哪些素质和能力?

四、电子商务客服分类

- (1) 电子商务客户服务按形式分,有在线客服和语音客服。
- (2) 电子商务客户服务按业务职能分,有售前客服、售中客服和售后客服。
- (3) 电子商务客户服务按工种分,根据目前淘宝网的网络客服工作,可以分为售前客服、售中客服、售后客服、技术客服和中差评客服等。

想一想

图 1-1 至图 1-3 所示的几种网络客服,分别属于何种类型?



图 1-1 电信客服



图 1-2 电商客服



图 1-3 智能客服

做一做

1. 通过上网搜索和查阅资料等方式,每位同学分别收集至少 3 个成功的售前、售中、售后客服的案例,填在表 1-2 中。

表 1-2 电子商务客服的成功案例

分 类	案例名称	案例来源	启 示
售前			
售中			
售后			

2. 根据案例提炼出不同类别的客服人员在工作过程中的注意事项,同时进行客服工作过程的模拟训练。各小组汇总学习结果,派代表在班级交流发言。



任务二 了解电商客服人员应具备的素质和技能



任务导入

熟悉企业的电子商务客服工作范围及职能

小王认真学习了电子商务客户服务基础知识后,来到了一家大型电子商务公司进行社会实践,被分配到了客户服务部门。客户服务部张经理向小王介绍了公司的背景、规模、主营业务等基本情况,然后告诉小王两天后要进行正式的培训,这两天需要小王先了解客户服务部门的岗位设置,各岗位的职责及工作环境。听到这些,小王有点茫然:他不知道在这些工作岗位要做什么?他能做些什么呢?

任务分析:

首先,小王要对公司的市场概况和背景进行深入了解,认真体会企业文化的要素组成和表现,积极转换角色,完成自己学生身份到职场人士的初步转变。其次,要对电子商务客户服务部门的主要岗位设置有一个大致了解,对电子商务客服工作的岗位职责和其他相关工作事项进行熟悉。最后,要能够结合客服岗位发展空间,给自己定下一个适合性的职业发展方向。

一、电商客服人员应具备的基本素质

一个合格的电商客服人员应具备一些基本的素质,如心理素质、品格素质、技能素质及其他综合素质等。

1. 心理素质

客服人员在工作过程中,可能会遇到很多问题,承受着压力和挫折。因此,客服人员必须要具备良好的心理素质才能胜任客服工作。合格的客服人员要有承受抗折的能力,情绪的自我掌控及调节能力及积极进取永不言败的良好心态。

2. 品格素质

- (1) 爱岗敬业,要想成为一名优秀的客服人员,要认真工作,兢兢业业做好每一件事。
- (2) 忍耐与宽容,这是优秀电商客服人员的一种美德。
- (3) 谦和的服务态度,这是能够赢得客户服务满意度的重要保证。
- (4) 不轻易承诺,真诚对待每一位顾客。
- (5) 遇到问题主动解决,不逃避,勇于承担责任。

3. 技能素质

(1) 高超的语言沟通技巧。电商客服人员应该具备良好的语言文字表达能力和谈判技巧,以及敏锐的观察力和洞察力,只有这样才能更好地分析顾客的心理和需求。只有了解了客户的心理,才可以有针对性地开展工作的。具备良好的沟通技巧是保证交易顺利完成的关键,经验表明许多交易的失败是由买卖双方沟通不畅导致的。不管是交易前还是交易后,客服人员都要与买家保持良好的沟通,这样不但可以顺利地完成交易,还可能将新买家吸收为回头客,从而成为自己的老顾客。

(2) 丰富的专业知识和技能。电商客服人员要对自己的产品有足够的了解,这样才能保证第一时间给顾客最正确的回答。另外,客服人员具备丰富的行业知识、经验和熟练的专业技能,能够协助同事开展网络业务推广和市场开拓工作,进行网上商城的管理与服务工作,制订网上商城大型促销及推广计划。

4. 其他综合素质

- (1) 要有客户至上的服务观念。
- (2) 要有对各种问题的分析和解决能力。
- (3) 要有人际关系的协调能力。
- (4) 要有自我调节和自我减压的能力。



【案例分析】

小张的焦虑

小张同学是电子商务专业的学生,面临毕业的他正在寻找一份客服岗位的工作。经过面试筛选后,他成为国内某知名电商平台的一名售后客服。入职不久,小张就迎来了电商行业每年最大的活动——“双十一”促销。上岗之后他发现每天顾客的咨询量非常大,在自己业务不熟悉的情况下疲于应对,下班后除了睡觉什么都不想做,甚至有一天在工作岗位上哭了起来。小张的组长在检查小张和顾客的对话时发现以下问题:①他不能通过客户咨询内容很好地抓住客户需要处理的问题点;②存在错误承诺现象;③在咨询量大的时候,小张容易张冠李戴回复顾客其他答案。经过组长的单独辅导培训和经验传授,一个星期后小张的工作状态明显得到了改变,能够从容地工作,以至是享受这份工作。

问题:

- (1) 小张面对的压力来自哪些方面?
- (2) 你认为小张的组长从哪几方面对其进行了辅导,具体改善措施可能有哪些?



二、电商客服人员应具备的基本技能

电商客服人员应具备文字表达、熟悉规则制度、中差评处理等基本能力,具体如下。

1. 文字表达

文字表达能力是电商客服人员应该具备的最基本的能力,也是重要的能力之一。客服人员要对商品描述、功能属性、客户关怀、物流相关信息等表达清楚。

2. 熟悉规则制度

作为客服人员,要非常清楚店铺相关规则,这样在处理问题的时候才会思路清晰,否则很容易中恶意为买家设下的埋伏。要学会引导买家说出对自己有利的话语,特别是对于一些想利用中差评来捞取好处的买家,要想办法在聊天记录中套出他的原话。例如:您是不退货要我直接退款给您吗?您是说如果我退款给您,您就不给我中差评吗?等等,以此作为证据。

3. 中差评处理

对于中差评的处理,只要有耐心和诚意,大部分都是可以解决的。

4. 适应变化

作为一位合格的客服人员,除了要真实客观地回答问题外,还需要灵活应对各种类型的客户,做到思路清晰。在长期与买家的对话中,可以不断积累与各种各样买家打交道的经验,在实际工作中灵活运用。

5. 终身学习

电子商务行业发展很快,电子商务技术、模式、观念等日益变化,所以作为客服人员,要保持终身学习的心态,不断更新自己的知识。

三、了解企业组织结构

新员工在岗前培训时,需要了解公司的组织结构、部门和岗位设置,通过查找相关资料进行分析。图 1-4 所示是某电商企业组织架构图,表 1-3 是某电商企业业务类部门的职责及岗位设置。

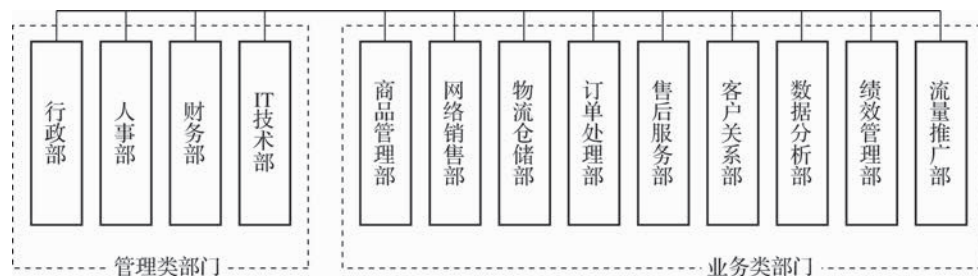


图 1-4 某电商企业组织架构图

表 1-3 某电商企业业务类部门的职责及岗位设置

部门名称	部门职能	岗位设置
商品管理部	负责产品搜索诊断、图片热点链接、标题优化、产品图片拍摄和处理,产品描述编辑,产品上架等	产品编辑
网络销售部	承担网上零售工作;负责销售商品、售前客户咨询等	零售、分销主管
物流仓储部	负责管理仓库,进货、打包发货、进销存管理等	物流主管
订单处理部	负责打印发货清单、快递单、安排发货、监督运输等	配货员、打包员、复核员
售后服务部	负责接待售后客户,处理纠纷、退换货、评价处理、客户答疑等	打单员、售后客服
客户关系部	进行短信营销,负责老客户关系维护及二次开发;客户数据库建立、数据分析、决策支持	客户关怀
数据分析部	查看每日订单数据,分析产品销售走势,进行销售统计	数据分析专员
绩效管理部	核算企业人员薪酬,根据业务目标协调薪酬计划,帮助企业管控劳动力成本,提升经营效率	人力资源专员
流量推广部	负责品牌宣传推广,优化网店排名,网店运营、网店促销等	营销专员

知识链接

智能客服改造

近年来,人工智能客服的应用越来越广泛,人工智能在客户服务流程的应用主要体现在以下几个方面。

一、基于场景的人工智能客服

当我们接触到多种人工智能技术时,首先要考虑将它们应用到什么场景中。例如,同样是驱散鸟群,使用稻草人还是驱鸟声波,哪个更好?大多数人会回答当然是驱鸟声波优秀,稻草人是低端的。那么,麦田中的农民伯伯会选哪个?肯定是优选稻草人,驱鸟声波成本太高。如果在机场呢?肯定是驱鸟声波了,立个稻草人肯定不行。那么驱鸟声波和稻草人哪个好?需要根据场景选择。

同理,人工智能技术哪家强?用在适合的客服场景中最强。将用户对于客户服务的诉求抽样出来,大约有5种,按照服务难易程度排列如下:查询、咨询、报障、办理、投诉。查询服务最容易用人工智能技术来解决,咨询、报障、办理可以用“人工智能+人工服务”共同来解决,投诉最好是用人工服务来解决。这样看问题,思路清晰,



着力点明确。

人工智能算法很多,目前比较成熟的有语音识别、自然语言理解、图像识别、知识图谱、虚拟人、声纹识别,等等。当在使用它们赋能客户服务场景时,我们还要考虑云资源、CPU 存储的处理能力、网络带宽限制、与传统 IT 系统的配合、软件并发量和稳定性等。由于客户服务领域普遍存在硬件环境欠缺的问题,曾经有非常优秀的创业公司提出很先进的算法,但是现有硬件环境无法配合算法的运转,或是并发量达不到客户服务要求。

以上说明,关注最终客户的服务感知,考虑自身的条件,选择合适的技术,在合适的场景提供人工智能客服效果最优,价值最高。

二、智能洞察、智能交互、智能流程贯穿于客户服务全流程

人工智能客服绝不是单纯的人与机器人交互那么简单,也不是引入一家“看上去很美”的成熟产品就能解决所有问题,它是将数据、算法、IT 平台、运营、人才融合一体的综合解决方案,并将他们应用于客户服务全流程,如图 1-5 所示。



图 1-5 人工智能客服的能力

(一) 智能洞察

客户洞察分为识别客户、洞察行为、判断需求三部分,关键点是要将 IT 系统中客户数据加以整理,并打标签,如客户属性(性别、年龄等)、消费属性(金额、产品类型等)、服务属性(频繁投诉客户、在途工单客户等)、服务偏好(能够接受微信、短信、电话等服务方式)。

在用户拨打服务热线时,应提前比对客户标签,针对性提供服务。例如,60 岁以上年龄的客户可直接转人工服务,体现服务热线对于老年人的关怀;消费金额高的客户可以提供“人工智能+人工座席”服务,有效地节省服务成本;客户曾经拨打过服务热线并有在途工单仍在处理中或处理完成的,可直接向客户显示/播放处理过程或结果。

客户洞察是提前预判需求,并给予处理方案的过程,为快速解决客户问题提供了很好的技术手段,同时节省了客户服务资源。

(二) 智能交互

智能交互分为人机交互和人人交互两种。

人机交互体现在使用智能语音导航、在线客服机器人、短信机器人等,让人工智能客服与客户进行直接交互,涉及语音识别、自然语言理解、图像识别等多种技术。精准度高的人机对话的背后不只是优秀算法,数据标注、场景训练及体验改进也很重要。优秀算法能够提供的精准度一般是50%~60%,作为普遍性的问答游戏是可以的,但作为需要提供精准回答的服务是不可取的。为了提高问答准确度,需要根据用户场景对语音识别算法的语言模型进行人工采样和匹配,对自然语言处理算法进行人工服务场景、上下文关联设计等,在上线后仍需要根据用户使用情况进行优化和完善。

人人交互体现在人工座席与客户通话过程中。人工智能客服辅助其服务过程,包括知识点查询、自动填单等,以及质量监控通话过程中的质量。

人机交互、人人交互的某些技术可以共用,如自然语言理解。从目前的应用效果看,人机交互已经逐渐被客户服务中心推出,并被客户接受。人人交互仍在实验中,原因是其技术对硬件服务器、网络带宽要求较高,以及人工座席对辅助工具的效果不认可。未来人人交互能否在客户服务中心落地,还需进一步实践和考量。

(三) 智能流程

智能流程分为数据支撑、协同支撑、管理支撑。简而言之,是将传统IT系统封装成为能够直接面向客户提供服务的服务流程。数据支撑将客户查询的账户信息封装成为查询服务流程;协同支撑将后台知识库、障碍处理等传统IT能力封装成为客户、人工座席可以使用的能力;管理支撑是客户服务中心内部管理能力,如利用文本分析与挖掘技术进行话务质检,以及人工座席的排班、自学习,绩效管理等。

利用人工智能赋能客户服务中心的技术、管理方法已普遍在电信运营商、银行、保险公司,以及电商领域得到普遍的利用。

随着VOLET的推出,通信网从以往的语音通路升级为数据通路;5G的推出,将移动网升级为大速率、低时延的移动网络;云网融合、边缘计算等技术的推出,将客户数据、使用行为从“端”逐渐集约到“云”,网络集中度将越来越高。那么,未来基于新技术的客户服务中心将演变成什么呢?有观点认为,客户服务中心将呈现越来越集约的态势,人工智能、自动化流程将越来越多地替代人工服务座席。人工座席的普遍服务特性将在未来5~10年慢慢消解,仅保留少量人工服务用于紧急服务,以及为特性服务对象提供服务。客户服务中心将转变成全智能、全自动中心,同时转变成成为收集、挖掘用户需求的中心。

资料来源:<http://www.ccmw.net/article/169880.html>,有改动。



 做一做

1. 结合淘宝网店客服人员的入职要求,填写表 1-4。

表 1-4 网店客服人员的素质及技能要求

	内 容	标 准
素质要求		
技能要求		

2. 达到淘宝网店客服人员入职要求的自我培训有哪些? 列出培训计划书。

(1) 基本能力培训:

(2) 专业能力培训:

(3) 沟通能力培训:

技能训练——千牛平台的安装使用

千牛是阿里巴巴集团官方出品的供淘宝卖家、天猫商家使用的工作软件,是在卖家版旺旺的基础上升级而来的。千牛不仅集成了即时沟通工具,还有商品管理、店铺流量实时监控工具等,更适合有网站管理需求的卖家用户。

商家使用千牛平台,可登录官网 <http://work.taobao.com/> 下载。千牛有两个版本,一个是移动版的(包括 iPhone 版和 Android 版等),另外一个 PC 版的,根据自己店铺的实际需要下载相应版本,两个版本的设置和使用方法大同小异。

登录千牛下载官网,即可看到图 1-6 所示的界面。



图 1-6 千牛软件下载界面

1. 千牛系统登录

下载并安装千牛后,即可进行登录。图 1-7 是登录千牛软件的界面,登录账号和密码是申请的阿里旺旺账号和密码。



图 1-7 登录千牛平台

登录成功后熟悉“交易管理”等相关功能的使用,学会作为卖家或买家与对方进行对话沟通等操作。

2. 了解千牛平台功能

千牛与旺旺相比,增加了下列更便于买卖双方沟通的功能。

(1) 智能客服。商品、交易、会员管理统一升级到“智能客服”插件中,使用户体验更好,更加快捷和方便,如图 1-8 所示。



图 1-8 千牛平台的智能客服功能

(2) 身份切换。支持商家根据不同身份选择不同的工作台,如小飞侠(买家工作台)通过切换身份,切换到小飞侠商家(卖家工作台),如图 1-9 所示。



图 1-9 千牛平台的身份切换功能

(3) 搜索功能。千牛平台搜索中增加了搜索/使用历史记录,点击搜索栏会显示出之前的搜索历史,以及之前开启过的网址和应用记录,如图 1-10 所示。



图 1-10 千牛平台的搜索功能

(4) 接待人数设置。当客户咨询较多时,或客服在接待工作繁忙时可以设置接待人数(图 1-11),当客户超过次数时可以自动挂起,以防因未挂起而涌入过多客户,导致服务出现失误,影响客户体验。



图 1-11 千牛平台的接待人数设置功能

做一做

通过上机操作练习,我们了解了千牛平台的功能。请考虑如何把金牌标题设为默认插件,具体步骤如下。

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

项目总结

通过本项目的学习,我们认识到电子商务客户服务是指通过即时通信工具(如阿里旺旺)为主的为客户提供产品及一系列服务。电子商务客户服务人员所提供的服务包括客户答疑、促成订单、店铺推广、售后服务等,担任着客户投诉、订单业务受理(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。

要想成为一名优秀的电子商务客户服务人员,首先就要做到理解客户,能够掌握维护电子商务客户关系应当遵循的原则及电子商务客户服务分类。其次,还要熟悉电子商务企业的组织结构和岗位要求,学会使用千牛等软件平台,跟客户进行有效沟通。



思考与练习

一、思考题

以淘宝网客服为依托收集资料,回答以下相关问题。

- (1) 网店客服的工作内容是什么?
- (2) 网店客服的种类有哪些?
- (3) 网店客服的作用是什么?
- (4) 网店客服的前景怎么样?
- (5) 怎样才能成为一名优秀的网店客服人员?

二、技能训练题

在阿里巴巴集团旗下的淘宝、天猫,京东,亚马逊等网络购物平台,确定两家购物网店,由组长确定组员分工,小组中每个成员要选择不同的网店进行访问体验,填写表 1-5。主要关注客服人员服务情况,汇总后对各网店进行对比分析。

表 1-5 不同网店购物平台的体验分析

网店体验项目	体验结果
电子商务模式	
销售商品类目	
支付方式	
物流配送	
客户沟通方式	
售后服务	
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对待客服的知识和技能要求。

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,网上购物的体验客服该做的是_____。
- (4) 网上支付与物流配送在电子商务中的作用是_____。

三、情景练习题

请看下面一段推销对话。

推销员:科尔先生,经过仔细观察,我发现贵厂自己维修花费的钱,要比雇用我们来做还多,对吗?

科尔:我也计算过,我们自己做确实不太划算,你们的服务也不错,可是你们毕竟缺乏电子方面的……

推销员:哦,对不起,我能插一句吗?有一点我们想说明一下,没有人能够做完所有事情的,不是吗?修理汽车需要特殊的设备和材料,比如……

科尔:对,对,但是,你误解我的意思了,我要说的是……

推销员:您的意思我明白,我是说,您的下属就算是天才,也不可能在没有专用设备的情况下干出像我们公司那样漂亮的活儿来,不是吗?

科尔:你还是没有搞懂我的意思,现在我们这里负责维修的伙计是……

推销员:科尔先生,先等一下好吗?就等一下,我只说一句话,如果您认为……

科尔:我认为,你现在可以走了。

推销员被科尔下逐客令,原因是这个推销员三番五次地打断科尔的讲话。在推销中,这是大忌。在现实生活中,经常随意打断对方讲话的人也只能让人生厌。

我们再看下面的对话:

第一组对话:

秘书:先生您好,很高兴为您服务,我姓李,请问该怎么称呼您?

客户:我姓张。

秘书:张先生您好,请您稍等,我马上为您转王总。

客户:好的,谢谢。

秘书:张先生,非常抱歉!王总的电话现在没有应答。张先生,需要我们向王总留言吗?

客户:好的,你告诉他张力来过电话了。

秘书:好的张先生,需要我记录一下您的电话号码吗?

客户:他知道的,你说张力就可以了。

秘书:好的张先生,我已经记录下来了,我一定会尽快转告王总张力先生您给他来过电话了。张先生,您还有其他事情吗?

客户:没有了,谢谢你。

秘书:不客气张先生,祝您下午愉快!张先生再见!

客户:谢谢。再见。

第二组对话:

秘书:您好。

客户:您好,麻烦您转一下孙总。

秘书:稍等……可能出去了,要不您下午再打一下?

客户:好吧,我下午再打一遍。

秘书:好的,再见。

客户:再见。

请分组模拟上述情景对话,比较一下两种对话效果有什么不同。