第一图书网, tushu007.com

<<客服部高效工作手册>>

图书基本信息

书名：<<客服部高效工作手册>>

13位ISBN编号：9787545401295

10位ISBN编号：7545401298

出版时间：2009-7

出版时间：广东经济出版社

作者：罗百辉

页数：339

字数：387000

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

内容概要

《客服部高效工作手册》是“部门高效工作手册系列丛书”中的一本，它以客服部的工作内容为出发点，对客服部工作中面临的问题进行了全程式指导，并对客服管理工作应掌握的管理技能进行了归纳和提炼，便于客服管理人员迅速抓住工作的核心与关键，深入理解客服工作中所需要的各种知识和技能，是客服管理人员进行高效率、规范化管理和迅速提升自身能力的参照范本。

本书在写作过程中，首先从客服部的组织结构描述入手，并由此逐层展开，从部门职责过渡到工作模块，旨在对客服工作进行纵深挖掘。

其次，紧紧围绕客服部的关键业务模块进行论述，力图将完整的部门工作呈现出来。

在对每个业务模块进行阐述时，全部以“实务”、“可操作”为准则，文中穿插大量图表，保证了图书的实用性、专业性和可读性。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

罗百辉，清华大学盛景商学院MBA，某500强企业资深职业经理人，华通咨询企业管理培训专家。

曾任德日控股海威集团深圳某分公司高级经理，现为某日资公司高级经理人。
十多年企业管理和客户服务工作经验，多家工业媒体专家顾问，“价值中国”首届最具影响力专家百强。
在多

书籍目录

第一章 客服部的组织结构与权责 第一节 客服部的组织结构　一、客服部的组织结构　二、客服部的主要职能　三、客服部的权力分配 第二节 客服人员的岗位职责　一、客服总监的岗位职责　二、客服经理的岗位职责　三、客户信息管理专员的岗位职责　四、客户关系管理专员的岗位职责　五、大客户服务专员的岗位职责　六、售后服务专员的岗位职责　七、客户投诉管理专员的岗位职责 第三节 客服人员的岗位素质模型　一、客服总监的岗位素质模型　二、客服经理的岗位素质模型　三、客户信息管理专员的岗位素质模型　四、客户关系管理专员的岗位素质模型　五、大客户服务专员的岗位素质模型　六、售后服务专员的岗位素质模型　七、客户投诉管理专员的岗位素质模型 附录1：高低效行为对照表 附录2：经典案例解说 附录3：工作技能检测和思考要点第二章 客服部的招聘与培训管理 第一节 客服人员招聘管理　一、客服人员的招聘清单制作　二、客服人员的招聘渠道选择　三、客服人员的面试方式与技巧　四、客服人员的专业技能测试方法　五、客服人员的入职手续流程　六、客服人员的试用期管理 第二节 客服人员的培训规划　一、客服人员的培训需求分析　二、客服人员的培训计划制订　三、客服人员的培训课程设计　四、客服人员的培训实施流程　五、客服人员的培训评估体系 第三节 客服人员的培训内容　一、客服人员的企业文化培训　二、客服人员的职业形象培训　三、客服人员的服务心态培训　四、客服人员的沟通技能培训　五、客服人员的协作精神培训　六、客服人员的户外拓展培训 附录1：高低效行为对照表 附录2：经典案例解说 附录3：工作技能检测和思考要点第三章 客服部的团队建设 第一节 客服部的团队架构建设　一、客服团队的四种类型　二、客服团队的协作方式　三、客服团队的文化建设 第二节 客服部的团队沟通管理　一、客服团队的常见沟通工具　二、客服团队的3种沟通方式　三、客服团队的会议决策方式 第三节 客服部的团队人力管理　一、客服人员的成长方案　二、客服人员的晋升模型　三、客服人员的梯队建设 附录1：高低效行为对照表 附录2：经典案例解说 附录3：工作技能检测和思考要点第四章 客服部的薪酬与绩效管理 第一节 客服部的薪酬体系设计　一、客服部的薪酬调研方法和渠道　二、客服部岗位评估的内容和方法　三、客服部的薪酬模型与方案设计 第二节 客服部的薪酬评估…　一、客服部的薪酬评估方法　二、客服部的薪酬评估程序　三、客服部的薪酬评估报告　四、客服部薪酬体系的优化策略 第三节 客服团队的绩效管理　一、客服人员的绩效考核工具　二、客服人员的绩效考核模型　三、客服人员的绩效面谈　四、客服人员的绩效辅导　五、客服团队的绩效评估　六、客服团队的绩效改善 ……第五章 客服部的服务体系建设第六章 客户调查与数据管理第七章 售后服务和投诉管理第八章 客户满意度和忠诚度管理第九章 呼叫中心管理第十章 客户关系管理

章节摘录

某电器公司是世界上最大的电器设备制造厂商。
由于该公司通过经销商销售产品，所以客户信息的搜集工作十分困难，很难让客户进行注册，并且进行二次购买有时经销商也会统计客户的信息，甚至客户也会电话进行注册，但数量较少，给该公司获取全面的客户信息带来很大难度。
后来，该公司的笔记本电脑和PC机都采用了WINDOWS操作系统。
当客户第一次打开购买的电脑时，即可看到一个该公司的开机注册表格。
该注册表格是作为即时通讯软件后台用的，要求客户同意进行注册。
该注册信息是由3个简短、易使用的调查页面组成的调查问卷。
客户只需填写姓名和家庭住址，其他问题均用单选项以及下拉选择框实现，客户不用再输入任何内容。
该公司对于调查问卷里面的每个选项都作了缜密思考，例如，问题内容、完成问题的时间、提高客户填写问卷的积极性的方法等。
客户注册信息被系统加密后，以秘密渠道发送给该公司，该公司利用此方法获得客户信息。
通过这种方法，客户可以向该公司提出二次购买的需求，目前为止该公司1／5的二次购买就是通过这种方式进行的。
该公司在使用这种方法的第一个月里，公司销售金额增加了4 9／6。
二、案例分析　　从上述案例中可以看出，选择好的客户调查方法是十分必要的。
案例中，该公司的调查表注册客户都是非常明确的已经购买该公司产品的客户。
这些客户对公司调查问卷的容忍度比仅利用小礼物刺激参加调查问卷的程度高，并且通过这种方式有效规避了垃圾邮件的嫌疑。
从该案例中可归结出客户调查的方法，如表6.30所示。

编辑推荐

采购部管理职位高效执行的解决方案；做什么，怎么做，用什么做的一体化工作手册。
细化工作，掌控作业内容；分解过程，领会执行思路；提供工具，实现拿来即用。
手册：做什么与怎样做的全面解读。
提供部门管理职位的适应能力、操作能力以及管理能力，使之事半功倍，高效地完成工作。
光盘：提供用什么做的专业工具，即与部门工作模块相匹配的标准、制度、流程、表格等。

第一图书网, tushu007.com

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