

项目六 网店客服

知识目标

1. 网店客服的基本素质；
2. 订单管理的意义。

技能目标

1. 掌握客服的沟通技巧；
2. 掌握客户纠纷处理方法；
3. 掌握客服处理订单管理的方法。

本项目包含了两个学习任务，具体为：

任务一 客服常见问题

任务二 订单管理

明确网店客服基本问题的处理，包括对产品特性的认识，产品售前售后客服必须掌握的知识，客服的沟通技巧及客户纠纷的处理方法，明确订单管理过程中客服人员需要注意的地方。

任务一 客服常见问题

任务导入

一、任务情境

小刘曾经是一名从事保险行业的电话客服，最近，他应聘到一家新的电子商

务公司做在线客服，该公司的主要业务为开设网上店铺出售智能手机。在开始工作之前，小刘为了能更胜任这份工作，做了不少功课。他从产品特性开始学起，又了解了客服沟通、网店客户投诉处理方法，以及作为客服人员应具备的基本素质。

二、任务分析

- (1) 了解产品特性；
- (2) 客服沟通 FAQ；
- (3) 针对不同类型客户的客服沟通技巧。

任务实施

小刘将此次学习分为三个部分，分别为了解产品特性、客服沟通 FAQ、针对不同类型客户的客服沟通技巧。

一、了解产品特性

小刘要成为一名合格的淘宝网店客服工作人员，最基本的能力就是在日常工作中实时与客户针对产品本身的诸多问题进行沟通，而客服除了具备心理素质、品格素质、技能素质及综合素质等基本素质以外，产品认知则是客服工作的第一职业素质，于是，小刘在产品认知环节的具体做法主要有下面两点：

1. 了解产品的基本特性

产品对生产者而言是按照一定规格、一定标准生产的产品，但对客服人员来说，产品涵盖的知识更广。小刘主要从下面两个方面了解公司产品的知识的。

(1) 产品属性。小刘知道公司的主要产品为智能手机，所以他需要了解产品的规格参数：

- ①手机显示：包括尺寸、触摸屏类型、分辨率；
- ②手机网络：包括网络类型、网络模式；
- ③手机存储：运行内存 RAM (Random-Access Memory, 随机存取存储器)、机身内存；
- ④手机基本参数：品牌、手机型号、机身颜色、操作系统、手机类型、电池

类型、核心数、CPU（Central Processing Unit，中央处理器）频率、电池容量；

⑤手机机身详情：款式、键盘类型、手机厚度；

⑥手机拍照功能：后（前）置摄像头、摄像头类型、视频显示格式；

⑦手机配件：充电器、数据线、说明书、保修卡。

（2）使用知识。产品的使用方法也是必须掌握的，如手机操作方法、安全设计、使用时的注意事项及提供服务的体制。

2. 了解产品的竞争差异

除了了解上述基本信息外，小刘还需掌握公司产品相对于其他同类产品的差异性，如产品的性能优势、价格优势等。小刘找到公司数据分析部门，要来产品的售价与主要竞争者对比表（如表 6-1 所示）以及竞争产品优点、弱点的对比表（图表 6-2 所示），并进行了认真阅读。

表 6-1 产品的售价与主要竞争者对比表

	本公司产品	主要竞争者				
付款方式						
定价						
售价						
分期付款价						

表 6-2 竞争者产品优点、弱点对比表

主要竞争者与本公司产品比较		特色
本公司产品	优点	
	弱点	
主要竞争者 1	优点	
	弱点	
主要竞争者 2	优点	
	弱点	

二、客服沟通 FAQ

小刘通过互联网了解到，网店的客服在电商平台上担当的主要角色其实就是导购。传统实体店销售是以面对面的导购和推荐为主，而电商平台上用户无法真实的触碰和接触商品实物，除了通过视觉去判断和了解之外，更多的是与客服沟通，进一步的了解商品。客户通过与客服在网上交流，逐步了解产品具体信息及商家的各项服务。网店客服通过在线沟通工具提供给客户解答和售后等的服务。目前网店客服主要是通过阿里软件给网店客户提供的在线服务，旨在让淘宝掌柜更加高效的管理网店、服务客户并及时把握商机消息，从容应对繁忙的生意。在了解了这些之后，小刘将网店客服沟通具体划分为三个部分：即售前、售中、售后。

1. 售前问题

(1) 价钱能再少点吗？能打折吗？

客服一：亲，咱家的机子质量都是最好的，比市场上类似产品价格会稍高一些，但是手机的定价已经是最低啦。

客服二：亲，价格是公司定的呢，我们客服是没有权利打折的，不好意思哦。

(2) 你家手机买的挺贵的啊，能不能送个小礼物？

客服一：亲，羊毛出在羊身上，我们家希望能给亲们提供物美价廉的产品，所以没有订购赠品呢。

客服二：亲，目前我们是没有赠送的喔，不然我个人赠送您一份小礼物吧。其他顾客可是没有这样的特别照顾哦。（如果顾客很执着）

(3) 顾客再次声明，价钱不优惠就走人。

客服一：亲，这款是我们今年的主推款，价钱已经没有什么利润了哦，我也看出您买这款的诚意，这样，我帮您申请一个小礼物，其他顾客可是没有这样的机会喔。（针对顾客心理价位偏低，让顾客了解产品卖点）

客服二：如果顾客在比较之下，感觉价格偏高，应对同来产品做对比，突出自身优势。

(3) 能不能包邮，或直接说没有免邮就不买。

客服一：亲，店里的活动，现在是满 XX 才能包邮呢。

客服二：亲，这样吧，我向主管申请看看能不能包邮。（可以说申请一下，但不能保证批下来，先给顾客一个心理暗示，批准下来之后，顾客喜悦程度超过

期望值，体验是不一样的，会对本店更加认同。)

(3) 快递费怎么那么贵呢?

客服：亲，快递费都是透明哒，不会多收您的，放心吧。

(4) 淘宝上一样的款，价格比你们家便宜好多。

客服：亲，您要看质量和性价比喔。我们是自主品牌，有自己的研发团队和工厂，在性价比这块，我们是行业内的一线水平喔。

(5) 赠品多送一份吧，以后会推荐朋友来买的。

客服一：亲，您收藏下我们的店铺和该宝贝，可以再送您一份小礼物喔。(根据买家的客单价，酌情)

客服二：亲，不行的哦，如果您再多买一点可以在送您一份。亲，您将我们店铺链接 PO 上您微博，截图给我哦，我就再送您一份。这样上头问起来，我好有个交代，请您体谅我的不容易。

(6) 图片有色差吗?

客服：亲，我们设计师已经尽力还原实物原色，不过显示器难免会有细微的差别，有条件的话，建议您多选择一台电脑看我们的产品。

(7) 针对新品询问为什么没人买。

客服：亲，这款产品这几天才刚刚上架，我们还没开始推广呢，所以还没购买，不过您不用担心，我们是品牌店，所有产品的质量都是有保障的，不信您可以看看我们店内其他宝贝的评价。

(8) 特别注意询问有无发票

客服：亲，我们是正规公司，都是有提供正式发票的，请您下订单的时候做下备注，以免发货的同事疏忽了。

(9) 买了不喜欢可以退换吗?

客服：亲，我们家有七天无理由退换货服务，商品只要不影响二次销售都可以退换哒，请您拆包后务必保全相关标签完整。

(10) 什么时候发货? 用什么快递，能不能指定快递?

客服一：亲，当天五点前的订单我们是当天发喔，超过五点只能明天发喔。

客服二：亲，我们默认是 XX 快递，如果您需要其他快递麻烦您下单的时候留言备注，顺丰和 EMS 需要补 10 元邮费。

(11) 退换邮费谁负责？可以到付吗？退货地址是什么？

客服一：亲，产品有任何质量问题，邮费都是由我们来承担的喔（色差和型号不在质量问题范围）

客服二：亲，非质量问题，来回的邮费均需要您自理哦。

客服三：我们的退货地址：XX省XX市XX区XX路XX大厦XX室XX电子商务部收，电话：XXXX-XXXXXXXX

客服四：亲，我们只接受普通快递，不签收到付件和平邮，另外请您填写退换货卡，以便我们尽快为您处理退件，感谢您的配合。

(12) 得知心仪的商品断货了，询问是否还会进货

客服：亲，目前公司也在考量当中喔，您方便留一个联系方式吗？我这边帮您做一下登记，有货了我们会马上通知您。

(13) 先拍了，晚一点再来付款（如何促进成交）

客服一：亲，您现在付款的话，马上就可以为您发货了哦。

客服二：亲，您不现在付款吗？您现在付款的话业绩才算我的哦。（前提是和买家聊得不错）

(14) 拍错了怎么办？

客服：亲，我这边帮您关闭下交易，您重新拍一下就可以了。

(15) 不是说包邮吗？怎么邮费还在那边？

客服：亲，抱歉哈，马上给您修改邮费。

(16) 你们公司在哪里？我也在本市，可以直接去你们公司拿机子吗？

客服：亲，目前我们公司是不支持的喔，如果您也在本市的话，我们可以给您包邮，明天就能到的。

(17) 加急件处理，是否可以在某个时间内收到货（节假日前夕特别多）

客服：亲，一般是二到三天会送到，具体要看快递公司。如果您这边确实着急，可以选择发顺丰，隔天到货，您只需要补10元运费就可以了。

(18) 关于货到付款

客服一：亲，我们家有货到付款服务，您只需要在下单时选择货到付款即可。

客服二：亲，我们家暂时还未能开通货到付款，您方便的话还是通过网上付款吧。

货到付款涉及一个服务费，顺丰的服务费按照物价值的百分之三收取，所以设置快递费时要被这些也算在内。货到付款还涉及拒签险，拒签险单笔费用是0.7元。

买家一旦拒签，就要损失来回的运费，风险大。要求质量过关，经得起卖家考验。所以货到付款的单子，质检方面更要精益求精。买家货到付款拍下后，要及时与买家旺旺或者电话沟通联系，以便解决恶意拍下，或拍了不想要的问题。

开通货到付款后，在直通车推广时可以加大对外站的投放，增加单量，开辟新客户。未开通网银的买家往往会选择“货到付款”进行购物，开通之后可以增加宝贝的展现机会，也可以开辟新客户，往往直通车引进外站的流量转化率不高，货到付款可以有意外惊喜。

2. 售中问题

(1) 为什么缺货不早些通知

客服一：亲，质检的时候发现货有瑕疵，没敢给您发过去，正常情况，昨天应该通知您的，经办的同事昨天身体不舒服，没做好交接，给您造成的不便，深感抱歉。

客服二：如果您不介意，我给您推荐两款热销的，当然保证今天一定给您发出去，并赠送一份小礼物，表示我们的歉意，您看行吗？

客服三：如果您没有看中款式，您申请退款下，我这边通知财务马上给您解决，再次为我们的过错真诚跟您道歉。

(2) 快递怎么这么慢？

客服：亲，我们都是当天发货哦，这么慢我们也很纠结喔，我们会考虑换一家快递公司，这边我帮您跟进下快递公司，待会给您回复下进度。

(3) 客人未收到产品，但已经显示签收

客服：亲，会不会是您同事或家人代签了呢？亲，这样吧，我联系下快递公司，看具体是怎么回事，待会给你回复。

3. 售后问题

(1) 关于投诉和差评

此时顾客只是想发泄，最希望得到的是同情、尊重和重视，因此应该马上向其表示道歉，并引导客户说出事情始末。

客服一：亲，对不起，让您感觉到不愉快了，我非常理解您现在的感受，能告诉我您遇到什么问题吗？我很愿意为您解决问题。

客服二：亲，您看我的理解是否正确，您一个星期前就买了我们的产品，但是使用了一个星期就出现了质量问题，您联系我们售后说明问题，但是我们售后坚持说是您使用不当，不让您更换产品，我理解您的意思了吗？（顾客如果说出问题，如是回答）

客服三：亲，我刚请示了下我们总监，请您把机子给我们邮回来，我们马上给您更换，产生的邮费全部由我们承担，我们总监让我替他向您道个歉，给您造成不便，再次深感抱歉。（确认问题，提出补救措施，请示领导，让顾客觉得客服非常重视他的问题）

客服四：（客服已经做了很多尝试，对方依然出言不逊，甚至不尊重客服的人格）亲，我非常想帮助您，但您如果一直这样情绪激动，我只能和您另外约时间了，您看呢？

（2）确认收货给好评后，产品出现问题

客服：亲，不要意思啊，您把机子给我们寄回来吧，我们重新发一个新的给您。（让顾客又回来，马上为其更换，并赠送抵用券赔礼道歉）

（3）漏发、错发产品、漏发赠品

客服一：如果当下意识到发错、漏发。马上打电话给合作快递，把单号给他们，让他们明天再送回来。

客服二：如果货已经发出，立刻联系买家协商处理，让买家拒签，并赔礼道歉。漏发赠品应主动要求给买家补发并赔礼道歉。

三、针对不同类型客户的客服沟通技巧

小刘在从事网店客服工作过程中，经常会遇到各种类型的客户，而对于不同的客户类型，客服工作人员需要针对不同的人群，进行沟通。这种沟通技巧则是客服与客户之间建立关系的最好时机，因此客服需要针对不同客户掌握以下的沟通技巧。

1. 针对顾客对商品了解程度

（1）对商品缺乏认识，不了解的客户

这类顾客对商品知识缺乏，对客服依赖性强。对于这样的顾客需要我们像对待朋友一样去细心的解答，多从客户的角度考虑去给对方推荐，并且告知客户推荐这些商品的原因。对于这样的顾客，客服的解释越细致，对方就会就会越信赖客服人员。

(2) 对商品有些了解，但是一知半解的客户

这类顾客对商品了解一些，比较主观，易冲动，不太容易信赖。面对这样的顾客，这时就要控制情绪，有理有节耐心的回答，向客户表示客服丰富的专业知识，让该客户认识到自己的不足，从而增加对客服人员的信赖。

(3) 对商品非常了解的客户

这类顾客知识面广，自信心强，问题往往都能问到点子上。面对这样的顾客，要表示出对该客户专业知识的欣赏，表达出“好不容易遇到同行的了”，用谦虚的口气和对方探讨该商品专业领域的知识，给该客户来自内行的推荐，告诉对方“这个才是最好的，你一看就知道了”，让其感觉到自己真的被当成了内行的朋友，而且尊重对方的知识，客服给自己的推荐肯定是最衷心的、最好的。

2. 对价格要求不同的顾客

(1) 有的顾客很大方，说一不二，看见说不砍价就不会讨价还价：

对待这样的顾客要表达你的感谢，并且主动告知本店的优惠措施，会赠送什么样的小礼物，这样，让顾客感觉物超所值。

(2) 有的顾客会试探性的问问能不能还价：

对待这样的顾客既要坚定的告诉她不能还价，同时也要态度和缓的告诉她我们的价格是物有所值的。并且谢谢他的理解和合作。

(3) 有的顾客就是要讨价还价，不讲价就不高兴：

对于这样的顾客，除了要坚定重申本店的原则外，要有理有节的拒绝其要求，不要被该客户的各种威胁和祈求所动摇。适当的时候建议该客户再看看其他便宜的商品。

3. 对商品要求不同的顾客

(1) 有的顾客因为买过类似的商品，所以对购买的商品质量有清楚的认识：对于这样的顾客是很好打交道的。

(2) 有的顾客将信将疑，会问：“图片和商品是一样的吗？”对于这样的顾

客要耐心给他们解释,在肯定本店是实物拍摄的同时,要提醒她难免会有色差等,当她有一定的思想准备,不要把商品想象的太过完美。

(3) 还有的顾客非常挑剔,在沟通的时候就可以感觉到,她会反复问:“有没有瑕疵?有没有色差?有问题怎么办?怎么找你们?”等等。这时就要意识到这是一个完美主义的顾客,除了要实事求是介绍商品,还要实事求是把一些可能存在的问题都介绍给她,告诉她没有东西是十全十美的。如果顾客还坚持要完美的商品,就应该委婉的建议她选择实体店购买所需要的商品。

知识储备

一、客户投诉的处理

如果一个投诉没有得到很好的处理,客户会转而购买竞争对手的产品。客户也会将他的不愉快经历转告亲朋与同事。没有客户投诉时会高兴、热情的,但当有投诉时,企业有责任认真对待,并让客户感到他是受欢迎的,对企业来讲他是非常重要的客户。

(一) 从倾听开始

倾听是解决问题的前提。在倾听客户投诉的时候,不但要听他表达的内容还要注意他的语调与音量,这有助于企业了解客户语言背后的内在情绪。同时,要通过解释与澄清以确保你真正了解了客户的问题。例如,听了客户反映的情况后,根据你的理解向客户解释一遍:“王先生,来看一下我理解的是否对。您是说您一周前买了我们的传真机,但发现有时会无法接收传真。我们的工程师已上门看过,但测试结果没有任何问题。今天,此现象再次发生,您很不满意,要求我们给你更换产品。”向客户澄清:“我理解了您的意思吗?”认真倾听客户,向客户解释他所表达的意思并请教客户我们的理解是否正确,都是在向客户显示你对他的尊重以及你真诚地想了解问题。这也给客户一个机会去重申他没有表达清晰的地方。

(二) 认同客户的感受

客户在投诉时会表现出烦恼、失望、泄气、发怒等情绪,客服不应当把这些表现当作是对个人的不满。特别是当客户发怒时,要知道愤怒的情感通常都会在

潜意识中通过一个载体来发泄。因此对于愤怒，客户仅是把你当成了倾听对象。客户的情绪是完全有理由的，是理应得到极大地重视和最迅速、合理的解决的。所以要让客户知道你非常理解他的心情，关心他的问题，无论客户是否永远是对的，至少在客户的世界里，他的情绪与要求是真实的，我们只有与客户的世界同步，才有可能真正了解他的问题，找到最合适的方式与他交流，从而为成功的投诉处理奠定基础。有时候客服会在说道歉时感觉很不舒服，因为这似乎是在承认自己有错。其实，说声“对不起”“很抱歉”并不一定表明你或公司犯了错误，这主要表明你对客户不愉快经历的遗憾与同情。

（三）表示愿意提供帮助

“让我看一下该如何帮助您。”“我很愿意为您解决问题。”正如前面所说，当客户正在关注问题的解决时，体贴地表示乐于提供帮助，自然会让客户感到安全、有保障，从而进一步消除了对立情绪，取而代之的是依赖感。问题澄清了，客户的对立情绪降低了，接下来要做的就是为客户提供解决方案。要针对客户投诉解决问题，每个公司都应有各种预案或解决方案。我们在提供解决方案时要注意以下几点。

1. 为客户提供选择

通常一个问题的解决方案不是唯一的，给客户选择会让客户感到受到了尊重，同时，客户选择的解决方案在实施的时候也会得到来自客户方的更多的认可和配合。

2. 诚实地向客户承诺

能够及时地解决客户的问题当然最好，但有些问题可能比较复杂或特殊，我们不确定该如何为客户解决。如果你不确定，就不要向客户做任何承诺。而是要诚实地告诉客户情况有点特别，你会尽力帮客户寻找解决的方法，但需要一点时间。然后约定给客户回话的时间，你一定要确保准时给客户回话。即使到时你仍不能帮客户解决，也要准时打电话向你的客户解释问题的进展，表明自己所做的努力，并再次约定给客户答复的时间。同向客户承诺你做不到的事相比，你的诚实会更容易得到客户的尊重。

3. 适当地给客户一些补偿

为了弥补公司操作中的一些失误，可以在解决客户问题之外给一些额外补偿。

但要注意的是，一定要先将问题解决，再改进工作以避免今后发生类似的问题。现在有些处理投诉的部门，一有投诉首先想到用小恩小惠去息事宁人，或是一定要等到客户投诉才给客户以正常途径下应该得到的利益，这样不能从根本上减少问题的发生，反而造成了错误的期望。

以上内容主要说明了投诉的意义、原因以及正确处理客户投诉的原则和客户投诉处理的技巧。不要对投诉抱有敌意，投诉对一家企业来讲可以说是一笔宝贵的财富，关键就看你如何处理了。从这个意义上讲，投诉是挑战与机遇并存的。要正确地处理好客户的投诉，首先必须清楚投诉的真正原因，然后掌握处理投诉的总原则：“先处理感情，后处理事件。”公司同客户之间通过不断地改善双方的关系，增进彼此之间的距离，会让问题更易于解决。

同步实训

一、任务描述

学生根据教师分配的账号进入博星卓越电子商务运营技能平台客服系统，根据平台中提供的实训素材进行实际操作，在操作过程中讨论客服在回答顾客问题时需要注意哪些问题。教师给予指导。待学生完成对话后，教师通过评委账号对学生的自助操作内容打分并进行评审。

二、任务实施

学生使用教师分配的账号登录系统，在“我的账户”里单击“网店客服系统”，客服系统登录界面如图 6-1 所示，店铺客服系统如图 6-2 所示。



图 6-1 客服系统登录界面



图 6-2 店铺客服系统

页面左侧为咨询人列表区域，中间为咨询区域，右侧为商品信息显示区域。客服问题状态显示如图 6-3 所示，学生需要按照当时的问题，选择最优的答案进行操作。

😄 四笔霸王	✔️
😄 穷了很久	✔️
😄 小斯是只猫	✔️
😄 离江边没有雪	✔️
😄 永恒之眼	✔️
😄 纳克萨玛斯	✔️
😄 贱二仙森	✔️
😄 老衲洗头用飘柔	✔️
😄 灰太狼的恒源祥	❌
😄 行走的眼光	🚫
😄 MR_Seal	🚫
😄 SteveJoe	🚫
😄 赌徒玩吹风	🚫
😄 Crayon	🚫
😄 紧握的璀璨年华	🚫
😄 羊瞎子	🚫

图 6-3 客服问题状态显示

三、任务评价

在学生实训完成之后，教师根据学生的实训内容进行相应的点评与打分。

任务编号	6-1	任务名称	客服常见问题
任务完成方式	小组协作完成 个人独立完成		
评价点			分值
售前客服处理			10
售中客服处理			10
售后客服处理			10
响应时间			10
服务得分			10
满意度			10

不满意数					10		
访问数					10		
处理数					10		
成交数					10		
本主题学习单元成绩:							
自我 评价	(20%)		小组 评价	(20%)		教师 评价	(60%)
存在的主要问题							

拓展任务

学生在教师的带领下讨论客户服务对企业发展的意义及作用。

任务二 订单管理

任务导入

一、任务情境

小刘在了解了客服常见问题之后，公司领导还要求他学习订单管理，因为客服人员需要对订单进行管理操作。

二、任务分析

- (1) 卖出商品备注;
- (2) 发货地址确认;
- (3) 买家评论管理;
- (4) 买家收货地址错误处理;
- (5) 取消订单或卖家缺货处理;
- (6) 延长买家确认收货时间;

- (7) 买家退货；
- (8) 买家未收货。

任务实施

小刘在工作中发觉，客服工作不仅局限在售前客户的沟通与产品的销售，在买家下单后，客服工作人员需要针对订单信息等内容做基础的管理。一般的订单管理的内容包括：卖出商品备注，发货地址确认、买家评论管理、买家收货地址错误处理、取消订单或卖家缺货处理、延长买家确认收货时间、买家退货处理、买家未收货处理等。

一、卖出商品备注

卖出商品备注是一个淘宝网日常工作的交接，通过注明买家目前订单的情况，以便后期的商品跟踪与管理。假设一笔订单买家联系的是售前客服，而客服没有备注说明此定单的情况，那当交接至售后手中时，便要再次向又买家询问其的情况，那就会很容易引起买家的厌烦心理与不良的情绪，又或者在买家要求退换货的情况下，卖家没有对卖出商品进行备注，那售后将不知道买家商品发回的原因从而无法给买家及时的处理，导致客户体验下降，所以备注好买家定单情况是网店经营过程中非常重要的一环。

针对不同的类型的订单问题，有不同的备注方式，如图 6-4 所示。



图 6-4 备注框

图 6-4 为的卖家对卖出商品进行备注时的备注操作框，对于商品的卖出，客服在接受订单后必须询问客人的快递信息（尤其是自身发货的）然后根据客人的

要求相应做备注，并要写上做备注的客服姓名或者客服旺旺 ID，在审单或者仓库发货前必须仔细查看每个订单的备注。为了更好的区分不同的需求，在备注框下有不同颜色的插旗组成的备注类型：

1. 红色的旗子：

当客户有特殊要求时用红旗备注。例如：送小礼物、指定快递、换地址等情况，备注应该注明售后问题和运费的承担方以及处理的进程，格式一般如：尺码小了，买家自理来回运费换货，收到退件后换成 xx 款式、颜色、尺码 xx 备注 日期等。

2. 黄色的旗子：

一般属于售前售后客服备注，当客户要求暂时不发货时就使用黄旗备注。例如：补单情况，客户要求推迟发货有拍换货邮费的情况等。

3. 绿色的旗子：

当可以发出商品时使用绿旗备注。例如：客户之前有要求推迟发货或要求具体哪天发货，现在到了顾客指定的要求时刻了，就可以将黄旗改成绿旗。又或是之前有补换货邮费的情况，而卖家店铺这边又已经收到退件可以给客户换货时，就将黄旗改为绿旗。（提示：绿旗和黄旗可以灵活搭配使用的）

4. 蓝色的旗子：

客户有特殊售后问题时可以使用蓝旗备注。就比如，客户有给中差评的情况，这位客户的特点，或订单有缺货等情况。

5. 紫色的旗子：

当客户订单可以办理退款用紫旗备注。例如：跟单员收到客户退件后，确认退回款式、数量等信息后，可以给客户办理退款的情况。

为了让备注更为清晰明朗，一看旗帜就知道大概是什么情况，在备注内容结束后一定要注明备注人的名字、备注时间以及备注情况，以便商品在交易进行中的维护顺利持续到交易完成为止。

二、发货地址确认

首先，发货前仔细核对买家提供的收货地址和收货人(或其代理收货人)姓名，如果买家提供的收货人姓名和地址与其原来在网上提供的不一致，为了避免错发

的情况，可将买家提供的收货地址或收货人用旺旺、站内信、邮件等三种任一方式，以最能确保买家能收到信息的方式，将地址发给买家让其确认，以避免不必要的争议。尽量利用 E-mail 或站内信件的方式与买家联系，并保留与买家联系的资料。组建好商品后续的处理保障，如果是填错了地址或姓名，由卖家负责赔偿，或者负责所有邮寄费用，但如果是由于买家提供地址有误，宝贝迟到或丢失卖家不负责。

图 6-5 发货地址确认

其次，发货时对邮寄的宝贝进行仔细的检查 and 完备的包装，以确保宝贝在运输途中的“安全性”，确保宝贝不会在运输过程中损坏，以此同时，假如出现买家说有质量问题的情况时，卖家自身能大致掌握商品的原本状况，降低店铺的损失率。不但如此，在填写邮寄地址之后认真检查一次，确认地址、电话、姓名等重要信息无误。做到查漏查缺，让商品的准确顺利到达买家手中，完成交易。

最后，发货后请通过邮件、旺旺、站内信和发货备注等途径提示买家，如：“货物已经通过***发出，单号是*****，请注意查收，收货时请当着邮局工作人员的面打开检查，如有异常，请快递工作人员签字盖章，也好保护您的利益”，并保存好发货的凭证。此后如果出现买家说货物有损坏的情况，可以请买家出示快递工作人员的签字确认的单据，在合理的范围内，确保自身的利益。

三、买家评论管理

买家在购买完商品后，会在店铺的评论区域进行购物反馈，评论的顾客出于不同的目的，会通过评论来向店铺传达相应的信息，这些评论信息一般分为好评、中评和差评。客服在看到这些评论后，要对其中的问题做出相应的解释和回复，要给中评和差评的用户一个满意的答案，一定要对客户的问题进行及时解决，第一时间维护品牌形象。同时要对给予好评的客户积极鼓励，从中分析哪些商品是最受用户喜爱的，这也会为店铺今后的进货和销售方向提供借鉴，如图 6-6 示。



图 6-6 买家评论页面

四、买家收货地址错误处理

在网店交易的过程中，如果出现买家把收货地址填错了的情况时，卖家可以在“价格及发货管理”的页面，选择“发货管理”里可以对整笔订单的收货地址进行修改，又或是单独修改一笔交易买家填写的收货地址。相应的操作具体如下：

(1) 整笔订单地址修改：

先进入“发货管理”页面，点击订单头部的“修改地址”，然后在弹出的浮动层中填写正确的地址，点击“确定”，地址修改成功。

(2) 单笔交易地址修改：

进入“发货管理”页面，点击单笔交易后的“修改地址并发货”，然后在“发货页面”选择该笔交易对应信息，点击“修改买家地址”最后在弹出的浮动层中填写正确的地址。其中需要注意的是，单笔交易修改地址，只有在交易发货成功后，地址会被保存，如果没有发货成功，则修改的地址不会被保存。

五、取消订单或卖家缺货处理

在买家下订单后,如果在交易中途出现了买家想取消订单或卖家缺货的情况,卖家可用“关闭交易”的功能,将交易直接关闭。但前提是,假如买家想取消订单,需要与卖家先进行协商,再将关闭交易,以免被卖家投诉“拍下不买”。同样的,如果卖家没有货,也必须先与买家协商后才关闭交易,以免被买家投诉“成交不卖”。关闭交易的流程具体操作为,首先在“价格及发货管理”页面,选择“订单价格修改”,在跳转后的页面,点击需要关闭的交易下的“关闭交易”按钮。然后卖家选择“关闭交易”的理由,点击“确认关闭”按钮,即可完成交易的关闭。

六、延长买家确认收货时间

假如淘宝卖家已经发货了,但是由于物流配送不通畅,导致买家久久未收到货,这时买家可以自己延长收货时间也可以通过请卖家帮忙延长。不但如此,在交易发生换货的情况下,也要注意及时延长收货时间,避免特殊情况无法及时确认收货交易超时系统自动打款成功。

延长收货时间的操作是两面性的,可以由卖家执行,也可以由买家执行。

卖家如需延长买家的交易收货时间,可进入“已卖出的宝贝”,找到需延长的交易,点击“延长收货时间”后选择延长的期限即可,而且卖家可以给买家延长交易收货超时时间,分别可延长3、5、7、10天,是不限制次数的。如图6-7所示。



图 6-7 卖家延长收货页面

七、买家退货处理

当买家收到货物以后因为产品问题或者其他原因需要退货。卖家首先第一步可以与买家进行沟通，如果沟通过后，买家仍旧坚持退货的要求，那买家可以根据以下操作来进行：

点此登录支付宝，在“交易记录”页面找到需要退款的交易，点击“退款”，其中要注意的是，一般情况下，退货由买家承担运费的，如交易创建时买家选择快递，在卖家发货后，系统默认 10 天收自付款。如图 6-8 所示。



图 6-8 “交易记录”页面

在跳转的退款页面，选择“已收到货”，点击“下一步”，如果在“没有收到货”的情况下不要选择“已收到货”，否则将导致钱货两空，如图 6-9 所示。



图 6-9 退款页面

选择“退货”，填写退款金额、退款说明，输入您的支付宝账户支付密码，点击“申请退款”，如图 6-10 所示。

图 6-10 申请退款页面

买家申请退款后，接下来就是等待卖家确认了，卖家有 15 天的时间来处理退款协议，如超时未处理，退款协议将生效，交易进入退货流程，卖家可以在后台查看买家现在的退款状态，如图 6-11 所示。

图 6-11 查看退款状态

当卖家同意退款协议时，卖家选择退货地址，保存并通知买家，退款协议达成，等待买家退货，点击“退货”，如图 6-12 所示。



图 6-12 退款管理页面

买家填写发货方式及选择物流公司，点击“确认发货”，提交退货申请，等待卖家确认收到退货，最后卖家同意退款协议，即可退货退款成功。如图 6-13 所示。

联系快递公司 (禁用邮费到付)

物流公司: *

运单号码: *

退货说明: 200个字

上传凭证: [帮助](#) 最多3张图片

[要求淘宝介入处理](#)

图 6-13 买家退货确认页面

八、买家未收货处理

客服针对买家一直声明没收到货物的问题，解决办法可以分为两种，一种是买家自身通过与卖家进行了沟通，让卖家与快递取得联系，了解具体的快递情况，并要求卖家进行后续的跟进处理。另一种是卖家的处理，先联系物流公司，找出具体问题出在哪里，再与买家友好沟通，或是卖家与淘宝客服进行沟通，了解具体签收情况，并要求提供签收底单和第三方合法签收凭证，淘宝客服及时跟进处理。不管是哪种处理方式，都需要以诚信、负责的心态去处理网店经营过程中的每一个问题，并且从中学习，总结。

知识储备

很多人认为，网店在线客服就是打打字，其实并没有那么简单，淘宝客服销售技巧很重要，以下就来具体介绍几种客服订单管理的实战技巧。

1. 假定准顾客已经同意购买

当准顾客一再出现购买信号，却又犹豫不决拿不定主意时，在线客服可采用“二选其一”的技巧。譬如，在线客服可对准顾客说：“请问您要浅灰色的手机还是银白色的呢？”或是说：“请问是星期二还是星期三送到您府上？”。此种“二选其一”的问话技巧，只要准顾客选中一个，其实就是你帮他拿主意，下决心购买了。

2. 帮助准顾客挑选

许多准顾客即使有意购买，也不喜欢迅速签下订单，总要东挑西拣，在产品颜色、规格、样式、交货日期上不停地打转。这时，聪明的在线客服就要改变策略，暂时不谈订单的问题，转而热情地帮对方挑选颜色、规格、式样、交货日期等，一旦上述问题解决，这样订单也就落实了。

3. 利用“怕买不到”的心理

人们常对越是得不到、买不到的东西，越想得到它、买到它。在线客服可利用这种“怕买不到”的心理，来促成订单。譬如说，在线客服可对准顾客说：“这种产品只剩最后一个了，短期内不再进货，你不买就没有了。”或说：“今天是优惠价的截止日，请把握良机，明天你就买不到这种折扣价了。”

4. 先买一点试用看看

准顾客想要买本店产品，可又对产品没有信心时，在线客服可建议对方先买一点试用看看。只要你对产品有信心，虽然刚开始订单数量有限，然而对方试用满意之后，就可能有大订单了。这一“试用看看”的技巧也可帮准顾客下决心购买。

5. 欲擒故纵

有些准顾客天生优柔寡断，虽然对本店产品有兴趣，可是拖拖拉拉，迟迟不作决定。这时，在线客服不妨故意装着很忙要接待其他顾客，做出无暇顾及的样子。这种很忙的举动，有时会促使对方下决心。

6. 反问式的回答

所谓反问式的回答，就是当准顾客问到某种产品，不巧正好没有时，就得运用反问来促成订单。举例来说，准顾客问：“你们有银白色手机吗？”这时，在线客服不可直接回答没有，而应该反问道：“抱歉，我们现在只有白色、棕色、粉红色的，这几种颜色里，您比较喜欢哪一种呢？”

7. 快刀斩乱麻

在尝试上述几种技巧后，都不能打动对方时，在线客服就得使出杀手锏，快刀斩乱麻，直接要求准顾客签订单。譬如，直接了当地对他说：“如果您不想错过好东西的话，就快下单吧！”

8. 拜师学艺，态度谦虚

在客服费尽口舌，使出浑身解数都无效，眼看这笔生意做不成时，不妨试试这个方法。譬如说：“虽然我知道我们的产品绝对适合您，可我能力太差了，无法说服您，我认输了。不过，请您指出我的不足，让我有一个改进的机会好吗？”像这种谦卑的话语，不但很容易满足对方的虚荣心，而且会消除彼此之间的对抗情绪。他会一边指点你，一边鼓励你，为了给你打气，有时会给你一张意料之外的订单。

同步实训

一、任务描述

学生根据教师分配的账号进入博星卓越电子商务运营技能平台，根据平台中提供的实训素材进行订单管理实际操作。教师给予指导。待学生完成对话后，教

师通过评委账号对学生的自助操作内容打分并进行评审。

二、任务实施

学生使用教师分配的账号登录系统,在“我的账户”里单击“网店订单管理”,如图 6-14 所示。



图 6-14 订单管理登录

(一) 下单

图 6-15 显示了已下单的订单信息,订单分为两类:系统订单和客服订单。

网店订单管理

下单 已发货 完结 作废 无效 丢失

订单类型	订单号	订单商品	订单数量	订单单价	下单时间	操作
客服订单	20150717-1-25-8	白底连衣裙夏装显瘦百搭	1	¥ 550.00	16:25:01	发货
客服订单	20150717-1-25-7	圆领短袖修身连衣裙	1	¥ 499.00	16:24:31	发货
系统订单	20150717-2-25-8	白底连衣裙夏装显瘦百搭	4	¥ 550.00	16:24:04	发货
系统订单	20150717-2-25-7	2015新款复古格子连衣裙显瘦...	5	¥ 799.00	16:24:04	发货
客服订单	20150717-1-25-6	2015新款复古格子连衣裙显瘦...	1	¥ 799.00	16:22:41	发货
客服订单	20150717-1-25-5	白底连衣裙夏装显瘦百搭	1	¥ 550.00	16:22:09	发货

第1页,共1页,每页20条 首页 上一页 下一页 尾页 1 ▼

图 6-15 店铺订单管理页面-下单

其中系统订单是由管理员在规则中定义的;客服订单是由客服处理售前问题时客户成功下单生成的。

在图 6-15 的页面中，学生需要单击某一订单操作一栏中的“发货”按钮，弹出“订单发货”窗口，如图 6-16 所示。

订单发货		店铺可用资金：9610000.00元	
订单编号：	20141010-2-18-5	订单商品：	索尼 Pro11
商品数量：	33	收货人：	邓李
送货地区：	西宁市	送货地址：	经济技术开发区昆仑东路22号
邮政编码：	810007	订单类型：	系统订单
物流公司：	<input type="text" value="圆通速递物流公司"/>	费用/天数：	¥ 596.00 /3天
<input type="button" value="订单发货"/>		<input type="button" value="订单作废"/>	

图 6-16 订单发货窗口

在该窗口中，学生首先需要判断收货人和收货地址是否为真实的信息，如果判断是真实的，继续选择最优的物流公司方案。单击“订单发货”按钮，存在两种情况。

(1) 判断正确：弹出发货成功提示框，如图 6-17 所示。该条订单信息转入已发货订单页面中。



图 6-17 发货成功提示框

(2) 判断错误：弹出错误提示框，如图 6-18 所示。该条订单信息转入无效订单页面中。



图 6-18 错误提示框

如果判断是虚拟的，则单击“订单作废”按钮，弹出确认作废框，如图 6-19 所示。



图 6-19 确认作废提示框

单击“确定”按钮，则弹出订单作废完成提示框，如图 6-20 所示。该条订单信息转入作废订单页面中。单击“取消”按钮，关闭确认作废框，依旧停留在订单发货窗口。



图 6-20 订单作废完成提示框

（二）已发货

在图 6-15 的页面中，选中“已发货”前的单选按钮，进入已发货订单页面，如图 6-21 所示。

店铺订单管理

下单
 已发货
 完结
 作废
 无效

订单类型	订单号	订单商品	订单数量	订单单价	下单时间	操作
系统订单	20141010-2-18-5	索尼 Pro11	33	¥9499.00	16:00:50	收款
系统订单	20141010-2-18-3	索尼 Pro11	25	¥9499.00	16:00:50	收款
系统订单	20141010-2-18-2	索尼 Pro11	19	¥9499.00	16:00:50	收款

第1页，共1页，每页20条 首页 上一页 下一页 尾页 1

图 6-21 已发货订单页面

在图 6-21 的页面中，单击某一订单操作栏中的“收款”按钮，存在两种提示：

（1）当订单发货至收款时间大于物流天数时，弹出收款成功提示窗口，如图 6-22 所示。该条订单信息转入完结订单页面中。



图 6-22 收款成功提示窗口

(2) 当订单发货至收款时间小于物流天数时，弹出收款失败提示窗口，如图 6-23 所示。



图 6-23 收款失败提示窗口

注意：物流天数会根据事先设定的规则折合成对应的实际时间。

(三) 完结

在图 6-15 的页面中，学生需要选中“完结”前的单选按钮，进入完结订单页面，如图 6-24 所示。

网店订单管理

下单
 已发货
 完结
 作废
 无效
 丢失

订单类型	订单号	订单商品	订单数量	订单单价	下单时间	操作
系统订单	20150717-2-25-6	2015新款复古格子连衣裙显瘦...	5	¥ 799.00	16:19:04	
系统订单	20150717-2-25-5	圆领短袖修身连衣裙	5	¥ 499.00	16:19:04	
客服订单	20150717-1-25-4	圆领短袖修身连衣裙	1	¥ 499.00	16:17:00	
客服订单	20150717-1-25-3	2015新款复古格子连衣裙显瘦...	1	¥ 799.00	16:16:26	
客服订单	20150717-1-25-2	白底连衣裙夏装显瘦百搭	1	¥ 550.00	16:15:55	

第1页，共1页，每页20条 首页 上一页 下一页 尾页 1 ▼

图 6-24 完结订单页面

在该页面中显示所有已发货且已收款后的订单信息。学生完成订单后只能对订单进行查看，不能进行其他操作。

(四) 作废

在图 6-15 的页面中，学生需要选中“作废”前的单选按钮，进入作废订单页面，如图 6-25 所示。

网店订单管理

下单
 已发货
 完结
 作废
 无效
 丢失

订单类型	订单号	订单商品	订单数量	订单单价	下单时间	操作
系统订单	20150717-2-25-12	圆领短袖修身连衣裙	2	¥499.00	16:34:04	

第1页, 共1页, 每页20条 [首页](#) [上一页](#) [下一页](#) [尾页](#) 1 ▾

图 6-25 作废订单页面

在该页面中显示所有已作废的订单信息。（只能对订单进行查看，不能进行其他操作。）

（五）无效

在图 6-15 的页面中，学生选中“无效”前的单选按钮，进入无效订单页面，如图 6-26 所示。

店铺订单管理

下单
 已发货
 完结
 作废
 无效

订单类型	订单号	订单商品	订单数量	订单单价	下单时间	操作
系统订单	20141010-2-18-4	索尼 Fit 15	10	¥6199.00	16:00:50	

第1页, 共1页, 每页20条 [首页](#) [上一页](#) [下一页](#) [尾页](#) 1 ▾

图 6-26 无效订单页面

在该页面中显示所有无效的订单信息。（只能对订单进行查看，不能进行其他操作。）

三、任务评价

在学生实训完成之后，教师根据学生的实训内容进行相应的点评与打分。

任务编号	6-2	任务名称	订单管理
任务完成方式	小组协作完成 个人独立完成		
评价点			分值
判断学生在下单过程中发货是否正确			20

判断学生在收款过程中操作是否正确					20
判断学生对作废与无效的订单操作是否正确					20
成单数					20
丢单数					20
本主题学习单元成绩:					
自我 评价	(20%)	小组 评价	(20%)	教师 评价	(60%)
存在的主要问题					

拓展任务

学生以小组为单位讨论订单管理过程中客服的作用。

巩固与提高

一、单项选择题

- 客户在订购时发现商品的颜色拍错了，客户在跟客服交流时应该怎么处理？（ ）
 - 让其申请退款重拍
 - 投诉维权要求退款
 - 让淘宝小二介入处理
 - 让客服修改订单属性或在订单备注好提交仓库
- 商城店铺客户要求客服修改订单价格才付款，客服应该怎么处理？（ ）
 - 直接帮客户修改订单，让客户付款
 - 告知客户，商城店铺是不议价的，没有办法修改订单
 - 直接不理睬客户，爱买不买，客户又不是真正的上帝
 - 让客户多买就修改，不多买就不给修改
- 买家在店铺里拍下商品而且付款了，在客服发货前又想申请退款，买家

什么时候可以申请退款？（ ）

- A. 买家付款后三天内，卖家还没点击发货的，买家可以申请退款
- B. 买家付款以后就可以申请退款
- C. 买家不能申请退款，只有卖家去点了发货之后，买家才能申请退款
- D. 买家拍下以后就可以申请退款

4. 客服在遇见退换货订单时应该怎么做？（ ）

- A. 一直跟客户聊天，推荐店铺宝贝和套餐
- B. 跟客户聊天，告知客户店铺的相关退换货规则和流程
- C. 首先查询客户订单，询问其是否和其他客服交流过，了解客户退换货原因，再告知客户退换货的相关流程和规则
- D. 跟客户交流。告知客户退换货规则及流程，并向客户推荐店铺的宝贝和套餐

5. 客服在跟客户交流时，对方不肯承担运费，客服应该如何处理？（ ）

- A. 威胁客户让其承担运费
- B. 告知客户退换货的相关规则，跟客户协商运费问题
- C. 如果客户不承担运费，就不给办理退换货服务操作
- D. 让客户以到付方式寄回

二、简答题

1. 你认为作为一名合格的网店客服人员应该具备哪些素质？
2. 淘宝客服的岗位职责及提供的服务有哪些？

三、操作题

注册阿里旺旺账号，绑定卖家账号，体验客服流程。

四、论述题

客服人员在电子商务交易中的作用。

