

前言

PREFACE

电子商务的迅速发展、新兴技术的出现，尤其是互联网和移动商务的普及，促使企业改进服务方式，提高客户服务水平。根据电子商务专业的需求调研，越来越多的企业期望拥有高素质的客户服务人员，从而可以为客户提供高质量的服务。本书的编写就是为了适应电子商务专业职业教育培养目标的转变，结合职业人才培养的要求和学校实际，以学生综合职业能力培养为目标，注重推进素质教育，培养具有实践能力和敬业精神的客户服务人才。本教材全面贯彻落实党的二十大精神和党的教育方针，深入实施科教兴国战略，坚持为党育人、为国育才，落实立德树人根本任务，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

本书与威海市逐鹿贸易有限公司合作，将实际工作中的典型任务、技能以及行业最新标准融入书中，使内容紧密贴合实际岗位需求，具有较强的实用性和针对性。本书共设计了九个项目，分为基础篇和实践篇，其中基础篇包括初识电子商务客户服务、熟悉电子商务客户服务工作流程、掌握电子商务客户服务技能、熟悉电子商务客户分析、熟悉电子商务客户服务管理系统五个项目；实践篇包括做好售前客户服务、掌握售中客户服务、做好售后客户服务、做好电子商务客户关系管理与服务四个项目。

本书以实用为核心，以实战为基础。全书以客户岗位的工作内容为主线，以培养学生电子商务客户服务的核心技能为重点，结合电子商务职业领域分布、岗位工作任务和职业能力要求，降低理论难度和知识要求，以够用、适用、实用为度，力求做到学以致用。总体而言，本书具有以下特色：

1. 教学内容项目化、任务驱动，实践性强

本书采用项目式教学，每个工作项目又根据具体的商品分成几个工作任务，按照工作流程从工作任务的情景导入、任务分析、知识讲解、任务实施、任务小节等工作环节开展学习，充分将理论知识与实践相结合，实用性强。

2. 融入思政，落实立德树人根本任务

本书在编写过程中全面贯彻党的新时代教育方针，落实立德树人根本任务，凸显职业教育培养高素质技能型人才、能工巧匠、大国工匠的职业特色。在教材的各个项目和任务中，深入挖掘课程内容所蕴含的理想信念、社会主义核心价值观、德法兼修、诚实守信、工匠精神等思政元素，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，力求在传授知识的同时既突出育人价值，又“润物细无声”。

3. 根据电商专业教学标准、“1+X”职业等级标准设置教材内容

“电子商务客户服务”是职业院校电子商务专业的一门核心课程，培养通过电子商务平台从事网络客户服务工作的、德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技能型人才。本书内容根据教育部职业院校电子商务专业教学标准进行设置，以及“1+X”网店运营推广职业技能等级证书考核中关于网店客户服务关键工作领域的客户问题处理、交易



促成、客户关系维护等典型工作任务。

4. 教学目标明确，配套资源丰富

本书在“项目目标”中提出了明确的学习目标、技能目标和思政目标，并采用任务驱动模式，推动教学进程。同时配套了丰富的教学数字资源，以便使用本书的老师和学生学习和借鉴。

本书由谭科、赵辰燕、曹薇担任主编，李奕然、张姝妍、魏明月担任副主编，赵帅、卢宁参与编写。其中项目一由谭科、卢宁共同编写，项目二由赵帅负责编写，项目三由曹薇负责编写，项目四由李奕然负责编写，项目五由张姝妍负责编写，项目六由魏明月负责编写，项目七由谭科、卢宁共同编写，项目八由赵辰燕负责编写，项目九由曹薇负责编写。

本书在编写过程中，参阅了大量的相关教材、网络资料、培训资料和专家讲座，作者已尽可能在参考文献中列出，在此对它们的作者表示感谢。因疏漏没有列出或因网络引用出处不详的资源，在此对它们的作者表示深深的歉意。

由于编者水平有限，书中难免有不妥之处，敬请广大读者批评指正。

目录

CONTENTS



第一篇 基础篇	001
项目一 初识电子商务客户服务	/ 001
任务一 初识客户和客户服务	/ 002
任务二 了解电子商务客户服务	/ 006
任务三 打造电子商务金牌客服	/ 010
项目二 熟悉电子商务客户服务工作流程	/ 017
任务一 熟知电子商务客户服务工作流程	/ 018
任务二 掌握电子商务客户服务销售流程	/ 022
任务三 做好客户服务准备工作	/ 028
项目三 掌握电子商务客户服务技能	/ 039
任务一 熟知服务礼仪	/ 040
任务二 掌握客户接待与沟通技巧	/ 044
任务三 学会压力调整与情绪管理	/ 054
项目四 熟悉电子商务客户分析	/ 059
任务一 认识电子商务客户	/ 060
任务二 熟悉电子商务环境下客户的需求和购买动机	/ 062
任务三 分析电子商务环境下客户的购买行为	/ 066
项目五 熟悉电子商务客户服务管理系统	/ 073
任务一 熟知电子商务客户服务系统的使用	/ 074
任务二 掌握常用的电子商务客户服务管理工具	/ 076

**第二篇 实践篇****085**

项目六 做好售前客户服务	/ 085
任务一 初识网店售前服务	/ 086
任务二 了解网店产品知识	/ 090
任务三 熟悉第三方平台规则	/ 094
任务四 掌握付款知识	/ 098
任务五 学习物流知识	/ 104
任务六 学会使用沟通管理工具	/ 109
项目七 掌握售中客户服务	/ 117
任务一 初识网店售中服务	/ 118
任务二 处理订单	/ 121
任务三 下单发货	/ 124
项目八 做好售后客户服务	/ 129
任务一 初识网店售后服务	/ 130
任务二 学会售后服务方法与技巧	/ 134
任务三 进行售后服务及客户维护	/ 141
任务四 处理交易纠纷	/ 154
任务五 处理顾客投诉	/ 161
项目九 做好电子商务客户关系管理与服务	/ 167
任务一 了解电子商务客户关系管理与服务	/ 168
任务二 了解常用网店客户关系管理工具	/ 175
任务三 进行客户关系管理	/ 182
参考答案	/ 193
参考文献	/ 194

第一篇 基础篇

项目一

初识电子商务 客户服务

项目目标

学习目标:

1. 掌握客户、客户服务基本概念。
2. 理解客户服务的重要性。
3. 了解客户、客户服务的分类。
4. 了解客服考核指标。

技能目标:

1. 能够判别优质客户服务。
2. 提升电子商务客服的基本素养。
3. 具备金牌客服的五种能力。

思政目标:

1. 培养服务意识，增强民族自豪感和自信心。
2. 培养爱岗敬业、开拓进取的职业精神，提升客服人员的综合素质和服务水平。





任务一

初识客户和客户服务

情景导入

小王进入威海市逐鹿贸易有限公司实习，人事主管安排她到客服部报道。首先，迎接小王的是为期一周的岗前培训。她不但要学习公司的管理规定，还要了解客服这个岗位。她深知客户服务的重要性，要做好客服工作，就要从认识客户和客户服务开始。

任务分析

企业不可避免地要与客户打交道，在市场竞争日益激烈的情况下，更多的企业认为，企业真正的盈利模式是不断地为客户创造价值。客户服务已经成为企业提高综合竞争力的手段之一。

知识基础

一、认知客户

不论哪一个行业，很难想象如果一个企业没有了客户该如何发展，在现代经济社会中，作为客户已经有了更多选择的余地，那么如何争取客户、如何保留客户就成为当今企业不得不去思考的问题。

（一）客户的定义

现代商业对客户定义的解释：客户是指通过购买你的产品或服务满足其某种需求的群体，也就是指跟个人或企业有直接的经济关系的个人或企业。

尽管顾客与客户都是购买和消费企业产品的人和组织，但两者最大的区别在于顾客只是“一张没有名字的脸”，顾客可以由任何人或机构来提供服务，而客户主要由专门的人员来提供服务，而且客户的资料很详尽地被掌握在企业的信息库之中。在现代商业竞争社会中，一个非常重要的管理理念就是要将“顾客”视为“客户”，而不再是“一张没有名字的脸”。

在服务经济时代，企业对于客户非常重视，认为客户是企业最重要的人；客户就是需要服务的对象；客户是一个最终为我们的工资单付款的人；客户是一个需要帮助的人。

（二）客户的分类

客户的分类方法很多，通过分析客户的消费行为可以知道，一名客户从最开始接触产品到最终购买，并且实现忠诚，这中间会经历兴趣阶段、关注阶段、聚焦阶段、购买阶段、持续购买阶段等几个阶段。根据客户在从陌生到忠诚这一过程中所表现出来的五种状态，可采取“客户五级分类法”将客户标识为潜在客户、目标客户、准客户、成交客户、忠诚客户五个类别。凡是有可能对产品有需求的客户可标识为潜在客户；对产品已经表示出兴趣的客户标识为目标客户；把准备购买产品的客户或进入购买程序的客户标识为准客户；购买了产品的客户为成交客户；持续购买产品的客户标识为忠诚客户。

淘宝网采用了 RFM 模型来进行客户的分析，RFM 模型是指根据会员的价值和创利能力来进行分类。在具体的分类过程中，选定了三个指标来描述会员的价值状况。这三个指标分别是：R（Recency）最近的一次购买时间、F（Frequency）消费频率、M（Monetary）消费金额。通过淘宝网店的管理后台，可将



客户分成四种等级，分别是普通会员、高级会员、VIP 会员和至尊 VIP 会员。不同等级的会员能享受的优惠折扣和特权各自不同。通过优惠政策的不同来体现出会员的不同等级是客户较能接受的方式，也是最为直观的让客户感受到个性化服务的方式。

肯德基以回头率来划分自己的客户，一个星期消费一次的列为重度消费者；大约一个月消费一次的列为中度消费者；半年内消费一次的列为轻度消费者。

客户分类的目的不仅仅是实现企业内部对于客户的统一有效识别，也可用于指导企业客户管理的战略性资源配置与战术性服务营销对策的应用，确定企业服务重点目标，支撑企业以客户为中心的个性化服务与精准化营销。客户分类也是客户分析的基础，在分类后的数据中进行挖掘更有针对性，可以得到更有价值的结果。

二、认知客户服务

（一）服务的定义

服务是指为他人做事，并使他人从中受益的一种有偿或无偿的活动，此活动不以实物形式而以提供劳动的形式满足他人的某种特殊需要。

进入 21 世纪，全球各主要发达国家产业结构均呈现出由“工业型经济”向“服务型经济”的迅猛转变，现代服务业领域的竞争已成为世界经济发展和国际竞争的新焦点。发达国家现代服务业不仅吸引了大量就业，而且在国民生产总值中的所占比重越来越大。发达国家服务业占 GDP 的比重达到 71%，纽约、伦敦、香港等国际大都市的服务业就业比重甚至达到了 90% 左右。服务业发展水平已成为衡量一个国家经济社会现代化程度的重要标志。

（二）客户服务的含义

所谓的客户服务就是：企业在适当的时间和地点，以适当的方式和价格，为目标客户提供适当的服务，满足客户的适当需求，使企业和客户的价值都得到提升的活动过程。优秀的客户服务能根据客户本人的喜好使他获得满足，而最终使客户感觉到他受到重视，并把这种好感铭刻在心里，成为企业的忠诚客户。

（三）客户服务的分类

客户服务，按不同的划分标准有不同的类型，如图 1-1 所示，下面主要介绍常用的几种划分标准及分类。

1. 按服务的性质划分，可分为技术性客服和非技术性客服

（1）技术性客服。技术性客服是指为客户提供与产品的技术和使用有关的服务，一般由专门的技术人员担任。主要服务内容包括产品的安装、调试、维修以及技术咨询、技术指导、技术培训等。

（2）非技术性客服。非技术性客服是指提供与产品的技术和使用无直接关系的服务。服务内容比较广泛，如广告宣传、产品介绍、接受客户咨询、帮助客户解答疑惑、送货上门等。

2. 按客服工作的方式划分，可分为面对面客服、语音客服、文字客服和电话客服

（1）面对面客服。面对面客服是指当面为客户提供服务，如在酒店、商场等场所中所提供的服务。

（2）语音客服。语音客服是指以语音、视频等形式进行的客户服务。

（3）文字客服。文字客服是指主要以打字聊天的形式进行的客户服务。

（4）电话客服。电话客服是指主要以电话通话的形式进行的客户服务。

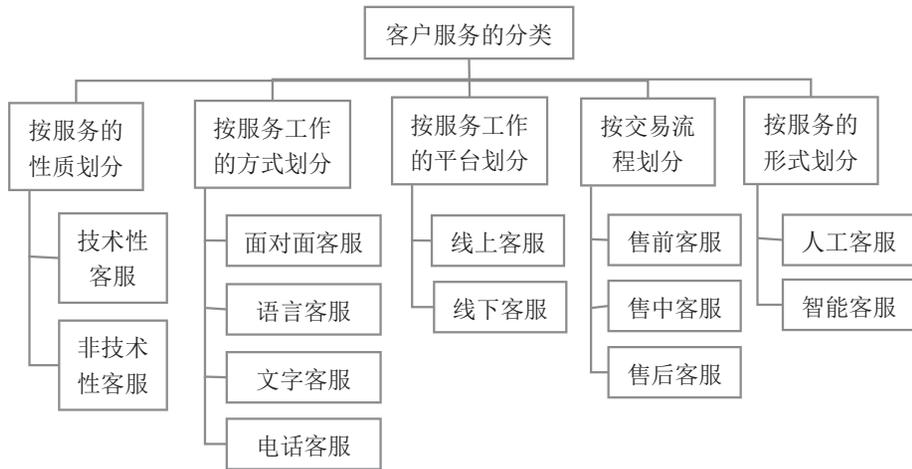


图 1-1 客户服务的分类

3. 按客服工作的平台划分, 可分为线上客服、线下客服

(1) 线上客服。线上客服也称电子商务客服, 是指以电子商务网站为平台, 客服人员通过在线沟通工具, 为客户提供信息咨询、商品推荐、引导客户下单、售后等服务。天猫客服、淘宝客服、东客服等都属于电子商务客服。

(2) 线下客服。线下客服通常指在专卖店、超市、商场以及大型场所工作的前台服务人员, 如超市、商场的导购人员, 酒店的大堂服务员等。线下客服人员主要从事为客户介绍商品信息、推荐商品及发放优惠券、停车券、房卡等工作。

4. 按交易流程划分, 可分为售前客服、售中客服和售后客服

一个完整的交易流程包括售前、售中和售后服务三个部分。

(1) 售前客服。售前客服是企业与客户未接触产品之前所开展的一系列刺激客户购买欲望的服务工作。售前客服的主要目的是协助客户做好规划和需求分析, 使得产品能够最大限度地满足客户需要。售前客服的工作内容多种多样, 包括提供信息、市场调查预测、产品定制、加工整理、提供咨询、接受电话订货和邮购、财务服务等。

(2) 售中客服。售中客服是指在产品销售过程中为客户提供的服务。客服人员与客户进行充分沟通, 深入了解客户需求, 协助客户选购最合适的产品。如热情地为客户介绍、展示产品, 详细说明产品使用方法, 耐心地帮助客户挑选产品, 解答客户提出的问题, 等等。售中客服与客户的实际购买行动相伴随, 是促进产品成交的核心环节。售中客服的目标是为客户提供性价比最优的解决方案。

(3) 售后客服。售后客服是在产品出售以后所提供的各种服务活动。从推销工作来看, 售后客服也是一种促销手段。在追踪跟进阶段, 客服人员要采取各种形式的配合步骤, 通过售后客服来提高企业的信誉, 扩大产品的市场占有率, 提高客服工作的效率及收益。

5. 按服务的形式划分, 可分为人工客服和智能客服

(1) 人工客服。人工客服是指通过各种即时通信软件与客户进行交谈, 一般有固定的在线时间(工作时间), 客户在客服的工作时间内向客服咨询可得到相应的答复。

(2) 智能客服。智能客服也称机器人客服, 它是在综合学科知识基础上发展起来的一项面向行业的应用技术。智能客服可以帮助企业完成一些高频的问答, 降低人工客服的人力资源消耗。客户在智能客服页面输入问题后提交, 智能客服会给出相应的答案。



（四）客户服务的重要性

1. 优质的客户服务是最好的企业品牌

客户服务对于一个企业来讲，能够创造另外一种品牌，那就是服务品牌。客户服务听起来简单，但企业要不断地为客户提供高水平、热情周到的服务却不是一件容易的事情，做广告通常能够在短时间内获取大量的客户，产生大量购买行为。但是客户服务不是短期的，而是长远的。良好的口碑会给企业带来更多的客户，而这种口碑不是广告做出来的，而是客户与客户之间信息的传递带来的。它是企业经营成本最低的一种获利方式。

2. 出色的客户服务使企业具有超强的竞争力

客户对服务的要求越来越高，企业只有提供具有超强竞争力的服务才会得到客户的认可。企业对客户体验的重视程度对其业务有直接影响。现如今，产品同质化的情况越来越严重，客户在选择产品时，往往会更看重企业的服务质量，客户服务变得越来越重要。企业需要以整体化和个性化的方式来满足客户的需求，以建立其竞争优势。



任务实施

在本任务中，我们将一起探索海尔的成功之路。

一、走进海尔集团官网服务

请登录海尔集团网站，了解海尔集团的发展历程，搜索关于“售后服务”的信息，了解海尔官网为个人用户提供的服务，完成表 1-1 的填写。

表 1-1 海尔集团售后服务

海尔集团服务理念		
服务项目	咨询帮助热线	
	App 名称	
	个人用户自助服务	

二、对话温暖的海尔管家“小智”

请通过手机微信进入“海尔智家 App”小程序，了解智能客服“小智”的服务，并完成表 1-2 的填写。

表 1-2 “小智”的服务

	你咨询的问题	“小智”的回答
安装服务	问题 1: 问题 2:	
维修服务	问题 1: 问题 2:	
家电清洗	问题 1: 问题 2:	

三、赏析海尔集团经典服务案例

海尔的产品走进千家万户，海尔的优秀服务案例也有很多，请通过网络搜索，了解更多海尔的优秀



案例，完成表 1-3 的填写。

表 1-3 海尔的优秀服务案例

序号	海尔的优秀服务案例	案例分析
1		
2		



任务小结

本任务主要学习客户与客户服务的含义、分类，以及客户服务的重要性，并通过搜集海尔集团的信息，了解海尔集团的客户服务理念及客服岗位职责和要求等。



拓展阅读

网店客服

电子商务客户服务包括很多方式，网店客服是电子商务客服中的一种，它通过网络给客户解答和售后服务，称为网店客服。目前，网店客服主要是针对网购系统，如淘宝网上的网店客服就是阿里软件提供给淘宝掌柜的在线客户服务系统，旨在让淘宝掌柜更高效地管理网店、及时把握商机、从容应对繁忙的生意。

淘宝网客服的现状：淘宝有专职/兼职网店客服超过 100 万人，但有经验的资深客服非常稀缺。

就业前景：由于淘宝的不断壮大，市场缺口巨大，除了网店/商城自己招聘客服人员外，目前有专门提供客服的公司，同时出现了专门招聘网店客服的招聘网站，但是只是以销售客服为主。相信不久，技术客服、售后客服等职位将不断增多，未来的网络客服将成为客服市场的主力。

资料来源：陈伟梅，刘小榴，范永艳. 电子商务客户服务 [M]. 北京：北京理工大学出版社，2020.

任务二

了解电子商务客户服务



情景导入

经过一天的学习，小王认识到了客户服务的重要性，感受到自己肩负的担子之重，更加意识到自己要好好学习客户服务知识。



任务分析

随着网络的发展，电子商务的发展也越来越快，无论是国内电子商务还是跨境电子商务，都离不开电子商务客服工作。目前，市场对电子商务客服岗位的需求量越来越大。



知识基础

一、电子商务客户服务及电子商务客服人员的含义

任何能提高客户满意度的内容都属于客户服务，电子商务客户服务（以下简称电子商务客服）是指在网络贸易这种新型商业活动中，充分利用各种通信工具，并以网上即时通信工具（如阿里旺旺）为主，为客户提供相关服务的活动。这种服务形式对网络有较高的依赖性，所提供的服务一般包括客户答疑、促成订单、店铺推广、完成销售、售后服务等几个大的方面。

电子商务客服人员是承载着客户投诉、订单业务受理（新增、补单、调换货、撤单等），通过各种沟通渠道参与客户调查、与客户直接联系的一线业务受理人员。

二、电子商务客服的分类

电子商务客服可以按工作方式、交易流程和业务职能进行划分。

（一）按工作方式划分

按工作方式划分，电子商务客服分为网络客服和电话客服。

（1）网络客服。网络客服是指客服人员通过网络，以沟通工具、留言本或弹出输入框等方式回复客户的相关咨询问题。网络客服的主要工作内容：接受订单，处理货单，接受产品咨询，给新老客户讲解产品，介绍公司新出的优惠政策，维护客户关系，等等。电子商务平台以网络客服为主。

（2）电话客服。电话客服是指客服人员通过电话与客户进行沟通交流，维护客户关系。电话客服主要用于处理客户的投诉问题，也可以用于收集客户的意见和建议，方便企业不断优化自身的产品和服务。

目前，一些电子商务平台，如淘宝网、京东商城等，已经开始采用机器人智能客服回答客户咨询的问题。

（二）按交易流程和业务职能划分

按交易流程和业务职能划分，电子商务客服分为售前客服、售中客服和售后客服。

（1）售前客服。售前客服是指在产品出售前客服人员为客户提供的一系列服务工作，即付款前的所有工作属于售前客户服务内容，如在线提供咨询服务，了解客户需求，进行针对性的产品推荐，引导客户下单，修改价格，引导付款，催付，等等。

（2）售中客服。售中客服是指对有效单的处理，指在客户付款后到客户签收这一过程中为客户提供的服务，如核对单信息，添加备注，打单发货，物流跟踪，查询物流信息，派送收提醒，等等。

（3）售后服务。售后服务是指在产品被客户成功收后，客服人员为客户提供的一系列服务，如缺件、破损件处理，退款、退换货处理，等等。

❗ 提示

实际经营中，电商企业在设置客服岗位时，有的以客户签收为界，只分为售前客服和售后客服；有的企业认为提交订单前的工作属于售前客服工作范畴，催付、打单发货、物流跟踪等属于售中客服工作范畴，客户签收后的内容属于售后客服工作范畴；也有企业认为售前、售中以付款为界，售中、售后以发货为界。各观点均有一定的合理性，企业可结合自身的岗位设置情况以及考虑客服工作内容前后衔接的顺畅性采用适合自身的划分方法。读者在学习中重点掌握各交易流程中客服具体工作内容即可。



三、客服人员的基本素养

一名合格的客服人员，要有热情的服务态度、熟练的业务知识、持之以恒的工作热情，并且要耐心地为客户讲解、虚心地听取客户的意见等。客服人员的基本素质主要包括以下四个方面，如图 1-2 所示。

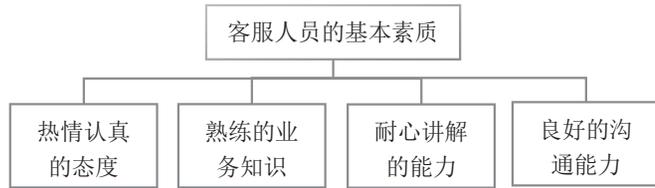


图 1-2 客服人员的基本素质

（一）热情认真的态度

客服人员只有热爱客户服务这个事业，才能全身心地投入工作中。微笑是无声却最有力的语言，要注意保持微笑，真诚地为客户服务，保持热情认真的服务态度，这是成为一个合格的客服人员的先决条件。

（二）熟练的业务知识

要具备熟练的业务知识，不断努力学习，了解更多关于产品和服务等方面的业务知识，准确无误地为客户提供产品信息咨询、订单处理及投诉建议等各项服务，让客户得到更好的服务。

（三）耐心讲解的能力

在工作过程中，客服人员应保持语气平和、语调适中。如遇到客户不懂或很难解释的问题，要耐心讲解，直到客户听懂、满意为止。

（四）良好的沟通能力

良好的沟通能力是客服人员必备的基本素质。客服人员要注意倾听客户、了解客户、启发客户、引导客户，这是客服人员与客户交流时的基本功。只有了解客户的需求，才能给予客户相应的服务和帮助；只有倾听客户，才能了解客户为什么抱怨和不满，进而找出问题、解决问题。

四、客服常用沟通工具

很多电子商务交易平台都提供即时通信工具，各种即时通信工具可以实现在线语音、文字、图片、视频等的交流。客服人员需要掌握一定的即时聊天工具的使用方法和技巧，该内容将在项目六中进行详细介绍。

（一）阿里巴巴旗下的“千牛”

千牛-卖家工作台是阿里巴巴旗下的一款多功能商家助手，淘宝卖家、天猫商家均可使用。千牛功能强大，涵盖了卖家工作台、消息中心、订单管理、商品管理、店铺管理、营销推广等多个方面。

（二）京东商城的“京东咚咚”

京东咚咚是京东推出的一个即时通信工具，面向京东个人用户、商家客服和京东客服。

京东咚咚主要提供两大功能：一是与好友沟通，点击“添加”按钮，就可以找到自己的朋友，与他们进行私聊或组队群聊；二是与京东客服沟通，在购物交易中，有任何疑问需要联系客服时，点击商家页面的在线客服即可。



任务实施

本任务通过搜集信息，了解电子商务客服的岗位要求，熟悉电子商务客服应具备的知识和技能，了解淘宝店铺客服的工作职责。

一、了解电子商务客服的岗位要求

企业经营的业务不同，不同的企业对电子商务客服的岗位要求会有所差别，请利用网络搜集电子商务客服的招聘信息，将各家企业对客服岗位的要求填在表 1-4 中。

表 1-4 电子商务客服岗位要求

企业名称	岗位要求

二、熟悉电子商务客服应具备的知识和技能

要做好一名电子商务客服，需要储备大量的知识和技能。结合电子商务客服的岗位要求，将电子商务客服应具备的知识和技能填在表 1-5 中。

表 1-5 电子商务客服应具备的知识和技能

序号	知识	技能
1		
2		
3		
4		
5		
6		

三、了解淘宝店铺客服的工作职责

淘宝店铺客服在日常工作中需要做哪些工作呢？请你上网搜索相关信息，并结合自己对淘宝店铺客服工作的了解，将淘宝店铺客服的工作职责填在表 1-6 中。

表 1-6 淘宝店铺客服工作职责

序号	工作职责
1	
2	
3	
4	
5	
6	



任务小结

本任务介绍了电子商务客服的概念、分类及客服人员的基本素养和常用沟通工具，并通过任务实施，使读者了解电子商务客服的岗位要求、应具备的知识和技能、工作职责。



拓展阅读

电子商务客户服务的三个阶段

电子商务发展的初期，并没有对客户服务提出很高的要求，所以第一代客户服务的内涵相对来说是比较简单的。随着电子商务应用的深入，电子商务商家必须迅速对客户各不相同且不断增加的要求做出反应，因而也对客户服务提出了更高的要求。对电子商务时代的企业来说，为了提高客户的忠诚度，对客户的服务应渗透到交易前、交易中、交易后的各个阶段中。换句话说来讲，也就是要将客户服务贯穿产品的整个生命周期。

(1) 交易前的客户服务。推荐—选择阶段，商家通过产品的照片、视频演示、内容描述、评论文章、下载演示文件等各种电子手段来提供服务；而消客户过直观、动态的感受体验产品，比较差异，决定需求。

(2) 交易中的客户服务。供货定购阶段，商家通过在线谈判与客户进行交流，并通过在线交互用户群、在线技术支持、常见问题应答等手段来解除客户的后顾之忧；客户可以在线下订单、在线下载软件、在线支付货款获得所需要的产品和服务。

(3) 交易后的客户服务。跟踪处置阶段，商家以网络为平台，及时收集客户反馈意见，进行技术分析，不断改进产品和服务，以此对客户持续的支持。此外，商家还可通过在线转售、分类广告等手段提供后续服务，以帮助客户处理产品和服务问题。

资料来源：陈伟梅，刘小榴，范永艳. 电子商务客户服务 [M]. 北京：北京理工大学出版社，2020.

任务三

打造电子商务金牌客服



情景导入

经过一段时间的实习，小王意识到：“看来自己低估了电子商务客服的作用，原来做好电子商务客服需要掌握很多知识和技能，对客服自身的素质也有较高要求。”她听说过金牌客服，如何才能成为金牌客服呢？



任务分析

客服有不同级别：初级、中级、高级及金牌客服，想要做到顶峰，就要用积极的思维指导工作。要从一位网店客服新手快速成长为经验丰富的金牌客服，需要具备积极的心态和观察、沟通、应变、学习等能力。



知识基础

一、金牌客服的含义

金牌客服是指通过短时间的沟通，能及时了解客户的需求，准确地掌握客户的类型，并能针对不同的客户类型，采取不同应对策略的客服群体。金牌客服通过快速、精准地解答客户问题，提升订单转化率，对店铺产品销量的提升起着重要作用。金牌客服能及时发现店铺的销售问题，并能协助上级领导处理问题，从而帮助店铺更快更好地发展。

二、金牌客服需具备的两个要素

金牌客服需具备的两个要素是心态和能力。心态的培养和能力的掌握，是每一个金牌客服的必经之路。

（一）金牌客服需具备的心态

心态由客服自己做主。心态分为积极和消极两种。

积极的心态主要有：我当客服要做得好，实现自身价值；我和客户是平等的；销售是一件有趣的事；不好沟通的客户是对我的挑战；我尊重我的客户；我热爱我的工作；我喜欢与客户分享我的知识；对客户的表扬与批评宠辱不惊；等等。

消极的心态有：客服是低水平的工作；客户地位永远比我高；销售是一件乏味的事情；总是有客户让我头疼；有些客户我不会和他们打交道；每天上班心情不好；有的客户很挑剔；为什么老板的要求总是那么多；等等。

金牌客服会把客户服务当作一门艺术，主动分析产品的卖点，让客户买你想卖的产品。

（二）金牌客服需具备的能力

金牌客服应具备五大能力。

1. 观察能力

善于观察是客服工作的基础，有助于快速地锁定客户，判断客户的购买能力，根据客户的年龄、喜好、性别等情况，判断客户的需求。

2. 沟通能力

沟通能力是客服工作的基本要求，说客户想听的话，主动询问，与客户良性互动，能站在客户的角度考虑问题。

3. 应变能力

应变能力是指客服在处理沟通中突发的各种问题时，能把握沟通的节奏，灵活地应对出现的各种状况。

4. 学习能力

客服应不断学习、不断进步，掌握产品知识、企业知识，提升沟通技巧、销售技巧。

5. 信息录入能力

电子商务客服与客户沟通主要通过电脑进行，打字速度的快慢，决定了客服单位时间内接待客户数量的多少。一般网店招聘客服要求打字速度在 60 字 / 分钟以上。

三、客服考核指标

客服绩效考核是客服工作的客观反映形式，通过各量化指标的考核，可以检测客服人员的工作业



绩、工作态度和工作能力。以网店客服为例，客服的绩效考核指标主要包括以下几个方面，如图 1-3 所示。



图 1-3 客服绩效考核指标

(一) 响应时间

响应时间反馈的是客服人员的工作效率，更快的响应时间有助于提升客户体验，响应时间包括首次响应时间和平均响应时间。首次响应时间是指从客户发起咨询到客服第一次对其进行回复所用时间的平均值。平均响应时间是指客服对客户每次回复用时的平均值。响应时间没有标准的考核值，企业根据经营的产品类别、客服数量、工作时间等来确定对客服的响应时间的考核标准。通常，响应时间受工作繁忙程度、店内促销活动、流量高峰期等因素影响。

(二) 问答比

问答比是指客户在咨询过程中，客服回复消息数与客户咨询消息数之比。

$$\text{问答比} = \frac{\text{客服回复消息数}}{\text{客户咨询消息数}}$$

考核问答比指标可以鞭策客服主动回复客户，进行关联销售、跟单、催付，提高客服的主动服务意识。

(三) 客单价

客单价是指在一定时期内，每位客户平均购买产品的金额。

$$\text{客单价} = \frac{\text{销售额}}{\text{成交客户数}}$$

客单价是影响店铺盈利的因素之一，在流量相同的情况下，客单价越高，销售额就越高。在询单转化过程中，客服的销售推荐及推荐的产品价格都会对客单价产生影响。

(四) 询单转化率

询单转化率是指一定时期内，咨询下单客户数与咨询总客户数的比例。提高询单转化率的关键在于提高客服的服务能力和销售能力。

$$\text{询单转化率} = \frac{\text{咨询下单客户数}}{\text{咨询总客户数}} \times 100\%$$

(五) 服务满意度

满意度是客户感知的利益与其期望值之间的对比结果，是心理感知。服务满意度是客户满意度中的一项内容，是指产品售前、售中、售后以及产品生命周期的不同阶段采取的服务措施令客户满意的程度指标。电商行业竞争日趋激烈，提升服务满意度越来越受企业重视，交易评价中的“服务态度”评价以及内容评价都是企业对客服评价的重要指标。



任务实施

本任务通过了解电子商务平台的注意事项、熟悉产品的各项参数、建立客服 Q & A 文档、熟悉店



铺的售后政策等内容，加深读者对金牌网店客服所需具备知识和技能的理解。

一、了解电子商务平台的注意事项

请以天猫为例，查找天猫规则及注意事项，并填在表 1-7 中。

表 1-7 天猫规则及注意事项

天猫规则	注意事项
关于发票	
关于包邮	
关于信用卡支付	
关于货到付款	
关于关闭交易	
关于付款方式	
关于卖家保证金	
关于库存不足	
其他规则	

二、熟悉产品的各项参数

店铺上架新品时，客服为了更好地向客户推荐产品，可以做一份产品信息表。请进入一家天猫网店，任意选择两个产品，将产品的信息填入表 1-8 中。

表 1-8 网店产品参数登记表

序号	产品名称	产品图片	特征描述	推荐话术	规格	颜色	赠品	客服自主降价空间
1								
2								

三、建立客服 Q & A 文档

Q&A (Question and Answer, 问与答) 文档, 是指客服把客户经常问的一些问题记录下来, 形成产品知识问答, 当其他客户询问相同问题或其他客服遇到同样的问题时, 可以参考并快速做出应答, 也可以把常见问题放在产品详情页中, 方便客户参考。请根据表 1-9 列出的问题类型在答语栏相应位置写上答案。

表 1-9 建立 Q&A 文档

问题类型	答语
关于质量	话术 1: 我们的产品均为全新正品, 假一赔十。 话术 2:
关于色差	话术 1: 所有产品均为实物拍摄, 但由于拍照技术、光线、显示终端等因素的影响, 实物颜色与图片略有出入, 请以实物为准。 话术 2:



续表

问题类型	答语
关于议价	话术 1: 不议价、不抹零, 都是最低价哦, 谢谢亲的配合! 话术 2:
关于尺码	话术 1: 话术 2:
关于物流	话术 1: 话术 2:

四、熟悉店铺的售后政策

1. 思考不同类产品售后政策

售后保障是客户选购产品的重要考虑因素之一, 在产品品质有保证的前提下, 可以制定一些有吸引力的售后服务政策, 如 7 天内无理由退换货、一年免费换新等。你还能想出更多的售后政策吗? 请针对不同的产品类别思考对应的售后政策, 并将你想到的售后政策填在表 1-10 中。

表 1-10 不同类产品售后政策建议

产品类型	售后政策
家电类	
服装类	
数码类	
化妆品类	

2. 搜索不同类产品的知名网店售后政策。

通过网络搜索表 1-10 中所列出的产品类别的网店, 选择一家知名度较高的店铺, 查看其相应的售后政策, 填写在表 1-11 中。

表 1-11 不同类产品售后政策

产品类型	网店名称	售后政策
家电类		
服装类		
数码类		
化妆品类		

提示

可将表 1-10 中的售后政策与表 1-11 中的内容进行对比, 找到被忽视的售后政策, 认真学习。



任务小结

本任务介绍了金牌客服的含义、五种能力、心态、考核指标等，全方位为读者讲解金牌客服的要求。

拓展阅读

网店组织架构及岗位工作内容

网店规模有大有小，但一个网店的组织架构基本都是一致的。总经理下设有设计总监、运营总监和财务总监，而客服部属运营总管理，网店的组织架构如图 1-4 所示。

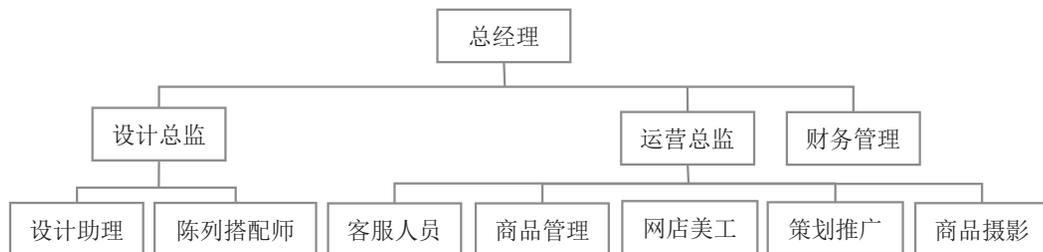


图 1-4 网店组织架构图

每个岗位都有特定的工作内容和职责，下面我们一起来了解网店几个重要工作岗位的工作职责。

◇运营总监：主要负责网店整体规划、营销、推广、客户关系管理等系统经营性工作；网店日常改版策划、上架、推广、销售、售后服务等经营与管理的工作；负责网店日常维护，保证网店的正常运作，优化店铺及商品排名；负责执行与配合公司相关营销活动，策划店铺促销活动方案；负责收集市场和行业信息，提供有效应对方案；制订销售计划，带领团队完成销售业绩目标。

◇客服人员：通过在线聊天工具，负责线上和顾客沟通，解答顾客对产品和购买服务的疑问；产品数据在线维护管理，登录销售系统内部处理订单信息，制作快递单，发货等；负责客户疑难订单的追踪和查件，处理评价、投诉等。

◇网店美工：负责上传网店产品及其相关文字编辑工作；根据主题需要完成产品拍摄图片的美化；根据文字需求完成店铺网页平面设计；对图片、文字进行编辑排版。

◇商品摄影：负责拍摄产品照片，包括产品各个角度的照片以及细节照片；负责产品搭配创意；完成产品拍照工作和后期制作。

资料来源：罗颖，陈良华. 电子商务客户服务 [M]. 重庆：重庆大学出版社，2021.

项目实战

1. 在生活中，同学们会接触到各种各样的客户服务，请将其列举出来并按客服工作的方式进行分类，如可分为面对面客服、语音客服、文字客服、电话客服等。

2. 客服的绩效考核与多项数据有关，以淘宝网为例，试着将各项考核指标的具体含义填写在表 1-12 中。



表 1-12 客服的考核指标

编号	考核指标	含义
1	响应时间	
2	问答比	
3	客单价	
4	询单转化率	
5	服务满意度	



思考练习

一、判断题

1. 客户是指购买企业的产品的人。()
2. 任何能提高客户满意度的内容都属于客户服务的范围。()
3. 一名合格的客服人员，只要保持微笑就可以了。()
4. 按电子商务交易流程和业务职能划分，电子商务客服分为售前客服、售中客服、售后客服。()
5. 询单转化率是指一定时期内，咨询下单客户数与咨询总客户数的比例，是客服工作效果的直观反映，是企业考核客服绩效的唯一因素。()
6. 客户服务的目的是解决客户问题，而不是销售产品。()

二、选择题

1. 以下选项属于电子商务客户服务内容的是()。
 - A. 营销策划
 - B. 订单处理
 - C. 物流配送
 - D. 服务评价
2. 下列不属于客服绩效考核内容的是()。
 - A. 客单价
 - B. 问答比
 - C. 响应时间
 - D. 工作热情
3. 下列不属于客服在推荐产品时必须了解的信息的是()。
 - A. 产品的卖点
 - B. 使用环境
 - C. 售后政策
 - D. 物流配送中转
4. 下列不属于金牌客服应具备的能力的是()。
 - A. 观察能力
 - B. 沟通能力
 - C. 应变能力
 - D. 计算能力
5. 首次响应时间是指客服第一次对客户回复用时的平均值。下列哪个因素不会影响首次响应时间？()
 - A. 工作繁忙程度
 - B. 店内促销活动
 - C. 流量高峰期
 - D. 输入法
6. 以下哪一项不属于客户服务的特征？()
 - A. 双向互动性
 - B. 有形性
 - C. 不可分性
 - D. 广泛性



线上测试

项目二

熟悉电子商务 客户服务工作 流程

项目目标

学习目标:

1. 熟知电子商务客户服务工作基本流程。
2. 掌握电子商务客户服务销售流程。
3. 了解电子商务相关知识。

技能目标:

1. 学会标准订单处理以及退换货订单处理。
2. 能够熟练掌握商品的交易过程、退款过程、退货换货过程中的工作技巧。
3. 能够熟练掌握网站交易规则、物流及付款知识、网络安全交易知识等。

思政目标:

1. 树立以客户为中心的经营思想，确立“客户满意是我们永恒的追求”的经营理念。
2. 充分认识在业务流程基础上细化工作环节的作用，完全用流程标准来规划各岗位的动作和语言，达到真正为客户提供优质、高效的服务。





任务一

熟知电子商务客户服务工作流程

情景导入

小王在理论培训过程中被问到一个问题：客服 8:30 上班，但 9:00 才开始接待客户，这段时间应该做什么？日常客服工作怎么做才能更高效、更规范、更为专业化？

任务分析

规范、标准化的工作流程可以大大增加工作的附加值，统一流程能快速培养出优秀的客服人员，按流程办事可以大大减少客服工作中的错误，规范的话语可以使我们的接待服务更加规范和专业。

知识基础

一、电子商务客服工作程序

电子商务客服工作的主要宗旨是以顾客为中心，提供更多更贴心的服务。其目标是让客户快乐购物，让每个人享受快乐购买的乐趣。让顾客满意，主要取决于顾客关键接触点，而每一个接触点所提供的产品或服务则是一个或多个流程。如图 2-1 所示，客服操作流程就是为了提高工作效率、增加转化率的一系列作业活动的串联。

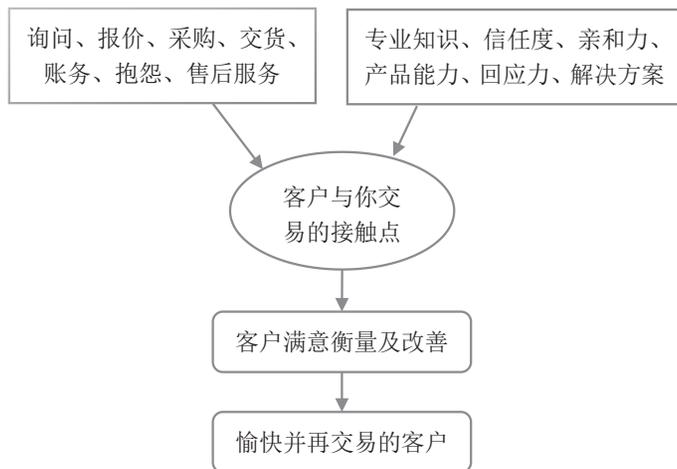


图 2-1 客服面对客户的活动流程

(一) 遵守操作流程的作用

网络客服平时的工作很琐碎，常常让大家感觉没有什么技术含量，但任何一项工作都有投入及产出。如图 2-2 所示，从标准化与持续改善的角度来看客服工作，就是从关键因素、客户满意因素、重大显著问题等方面来选择关键操作流程，规范的、标准化的工作流程可以大大增加工作附加值。

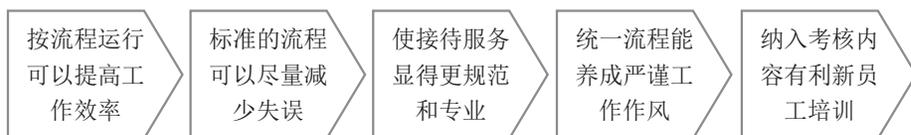


图 2-2 遵守操作流程的作用

规范、统一的流程能够养成严谨的工作作风，快速达到一个优秀销售客服的标准。

（二）基本工作流程

客服部门的岗位职能可以分为售前、售中和售后，售中负责在线接待和接单，售后则负责关系维护和纠纷处理。基本工作流程一般应包含以下几个方面。

（1）售前准备：①每天开始工作前，处理好各项准备工作的流程；②商品介绍流程；③旺旺回复流程。

（2）售中服务：①顾客分类流程；②信息收集流程；③打消买家疑虑的流程；④讲价还价流程；⑤形成标准订单流程；⑥发货流程。

（3）售后服务：①处理中、差评的流程；②延伸客户服务的流程；③退换货操作流程。

二、日常基本工作

（一）日常工作基本流程

（1）准备工作：个性签名、聊天设置、客服设置、常规应用软件的使用维护。

（2）温故知新：更新在线商品、回复留言、给客户发送成交信、查看昨日未转化及未付款人员进行有效催付。

（3）前期处理工作：掌握店铺推广区各项产品的最新活动并具体施行、客户重复拍下商品的处理、缺货的在线商品处理、信用评价。

（4）售前客服接待流程：问候、询问、价格、连带、核对信息、促成交易、标准订单处理、礼貌欢送。

（二）标准订单处理流程

处理一个订单从流程上来分也包括售中和售后，当买家看中某一个商品并通过跟客服人员沟通，最终确定购买，拍下商品并付款以后，一个标准的订单就产生了。在买家看来，付款以后，只需要等待卖家发货，然后确认收货和好评就可以了。但是对于卖家来说，订单产生后会涉及很多环节和工作人员，如图 2-3 所示。



图 2-3 处理一个订单所需要的岗位人员

如图 2-4 所示，一个标准订单的处理，从订单生成开始，销售客服就要对买家要求进行备注，比如



优先发货、送小礼品、选什么颜色等等。订单提交给系统以后，审单员需要对订单进行审核，看地址是否详尽、商品编号是否齐全、有无缺货等。财务核实付款后，制单员即开始打印订单并登记快递单号，登记以后交给配货员拣货，检验员逐个核对订单，看有没有错发、漏发等，再由打包员打包，称重员称重并录入系统，然后录入到淘宝的后台，这个订单就处理完了。

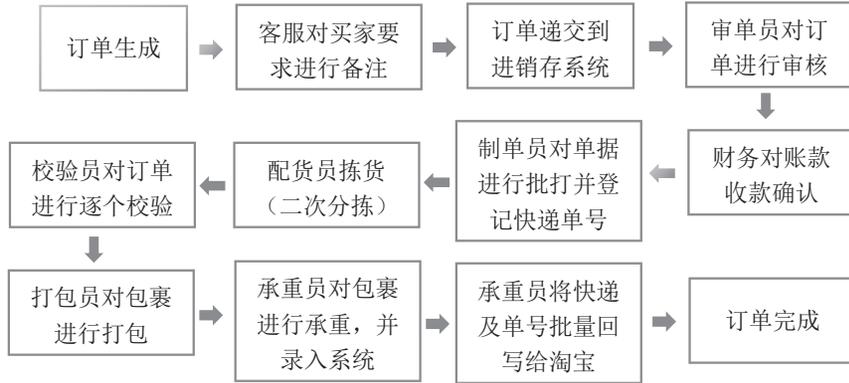


图 2-4 标准订单处理

如图 2-5 所示，非生产型企业通常还有采购订单处理流程，采购通常由产品部负责，不是销售客服的职能范围，因此我们只做简单了解即可。

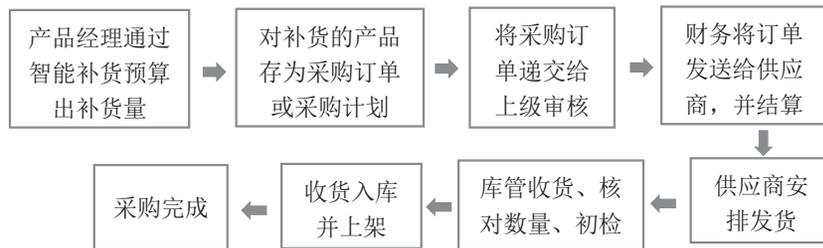


图 2-5 标准订单处理

如果出现退换货，也要按照如图 2-6 所示的标准流程来操作。首先，售后客服人员先要询问顾客退换货原因，看是发错了货还是产品质量问题，主动给顾客道歉，安抚顾客，缓解不良印象，稳定顾客的情绪，并协商退换货事宜。等退换货协议产生以后，做好售后登记和备注，通知顾客退换货的注意事项和操作步骤，等收到顾客退回的货物后，库管会将退件登记入库，重新补发商品并进行增发货操作。发货后，通知客服联系顾客，告知换货商品已发出，近期请注意查收，至此，退换货流程即告操作完成。

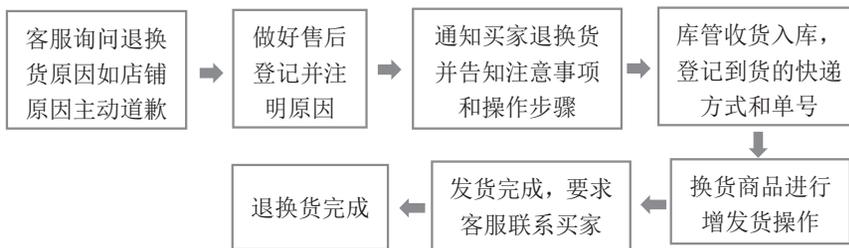


图 2-6 退（换）货订单处理



任务实施

本任务通过搜集信息，了解电子商务客服工作程序，熟悉电子商务客服日常基本工作。



一、了解电子商务客服工作程序

在自己惯用的购物平台上进行一次完整的网络购物，熟悉并掌握购物流程，将相应的流程填在表 2-1 中。

表 2-1 网络购物流程

实际操作	相关流程

二、掌握商品交易过程和标准订单的处理过程

申请一个淘宝店铺，以卖家的身份进行一次淘宝交易，熟悉并掌握交易流程。

表 2-2 商品交易过程和标准订单的处理过程

交易过程	订单处理过程



任务小结

本任务主要学习电子商务客服工作程序，进而实现日常工作基本流程标准化、程序化，并进一步掌握标准订单处理流程和退换货订单处理。



拓展阅读

网店客服如何促成交易，产生标准订单

只有买卖双方达成一致，买家才会购买商品，产生一个标准订单。在这个过程中，卖家主要是由网店客服人员来充当，其作用就是促成交易。那么，网店客服怎么样才能很好地跟买家沟通，说服买家下单呢？

首先，作为客服人员要有良好的心态，才能积极跟买家做好沟通。

网店客服人员每天都要给不同年龄、不同性别、不同性格的买家提供咨询，还会碰到不少难缠的买家，如果不能怀着良好的心态投入到工作中，就没法做好工作，或者觉得压力太大而消极应对，甚至工作一段时间以后辞职不干。就拿苏宁易购来说，客服部门是该公司所有部门里人员流失最大的，达



到50%以上。作为客服人员，应该抱着什么样的心态去面对每天的工作呢？是还没有上班之前就开始自我暗示“每天遇到的客人都是很难缠的，有的问问题啰里啰唆，有的总是很难沟通，还有的一开口就骂人，天啊，一天的折磨又开始了！什么时候才能熬到下班啊！”还是“新的一天，保持‘美丽’的心情去迎接新的挑战吧！我应该努力提高时效，服务好每一个买家，尽可能促成交易，只要战胜一个个难缠的客人，那就证明自己又进步了哦！老板也会给我加工资的，加油！”显而易见，我们都应该选择后者，抱着良好的心态，不断提升自己、挑战自己，才能成长为一名优秀的网店客服人员。

其次，作为客服人员，要掌握必备的知识，才能给买家提供满意的咨询。

这个必备的知识主要包括两个部分：一是必须掌握网店里所销售商品的知识。优秀的客服人员应该对商品的参数、质量、适合人群等知识耳熟能详，卖服装的客服人员应该熟知不同服装面料怎么样、哪种款式应该适合哪种人穿；卖数码家电的客服人员应该熟知商品的参数、如何安装和保养、售后保修服务等知识。只有买家觉得客服人员对产品是熟悉的，才能确定是不是自己想要的商品，才有更大的机会促成交易，并且减少因为产品跟客服描述不相符而造成的退货率。二是必须熟悉淘宝网交易知识。一名合格的网店客服人员应该做到在买家达成购买意向以后，指导买家顺利付款，从而获得订单。现在的买家不一定是熟悉淘宝交易流程的，只有通过淘宝交易知识的讲解和指导，才会进一步获得买家的信任，达成订单交易。

最后，也是最重要的一步，作为客服要有良好的沟通能力，才能促成订单交易。

虽然现在一般网店都有标准的客服工作手册，对招呼—询问—推荐—议价—核实—道别—跟进等售前沟通过程规定了一些标准。但是网店客服人员遇到的每一个买家都是个性化的，不同买家对产品的了解程度、对客服解答的理解也不同。有的客人对你所销售的产品一点也不懂，有的客人则是经过多家网店对比进行咨询，这时就是表现客服人员沟通能力的时候了。客服人员应该研究怎样去说比较容易让客人接受，让他们觉得卖家很真诚，介绍很到位、很专业，从而形成一种依赖心理，获得买家的信任和肯定。切忌敷衍买家或者出现不耐烦情绪，例如买家问一个细节问题，客服人员回答说：“你连这个都不知道吗？”这样就会让买家产生服务不好的感觉。他们可能会想，自己作为一个消费者，干嘛一定要知道这些啊。所以好的客服人员一定要有良好的沟通能力，才能获得买家肯定，有更大几率获得订单。

俗话说：三流的客服只能帮助买家买到他必须买的商品；二流的客服能帮助买家发现他真正需要购买的商品；一流的客服却能让买家买到他自己从来没想过要买的商品。

任务二

掌握电子商务客户服务销售流程



情景导入

开始服务技能培训了，小王被要求尽快熟悉整个客服销售流程。客服销售流程都包含哪些环节呢？



任务分析

作为电子商务客服熟知交易流程，可以在顾客购物时遇到操作问题及时给予操作指导，保证买家顺利完成购物；熟悉退换货流程，可以在发生退换货时提供及时快捷的服务；掌握在线接待流程的基本步骤，可以提高在线接待转化率。



知识基础

一、交易流程

(一) 熟悉购物流程

作为电子商务客服人员，熟知网络购物流程主要是在顾客遇到操作上的问题时及时给予操作指导，使其顺利完成购物的操作流程，将订单转化为有效订单。

如图 2-7 所示，不管是什么网购交易平台，一笔正常的订单交易流程通常由以下五大部分组成：①买家通过商品浏览和对比并拍下订单→②订单支付（交易平台代管货款）→③卖家物流发货→④买家确认收货（交易平台打款给卖家）→⑤买卖双方进行交易评价。



图 2-7 网络交易流程

在这个交易流程里，我们会发现它跟现实中的买卖有一个很明显的区别，那就是：买家付款以后，资金并没有直接到卖家手中，而是由交易平台代为保管。交易平台相当于中介，其作用是对交易的安全进行担保，只有等买家收到卖家的货物，并在平台里进行确认收货操作以后，交易平台才会把钱打给卖家，从而保证买卖双方顺利通过网上交易成功，并可以对双方在交易过程中的态度或服务进行评价。每次评价都会显示在商品评价页面里，可以作为其他买家的参考。

(1) 以淘宝网购物流程为例，实际交易步骤如下：登录淘宝网，在商品搜索页面输入“童装”，进行浏览和对比，如图 2-8 所示。



图 2-8 购物流程一（买家搜索和挑选商品）

(2) 找到喜欢的商品并决定购买以后，如找到图 2-9 所示商品：“水孩儿童童羽绒服长款 2024 冬新品男童过膝羽绒衣女童亲子三防外套”，就要点击商品详情页面底部的“立刻购买”按钮进行购买，如若购买多件不同商品，可以点击“加入购物车”按钮，采用购物车来购物并进行一次性付款，购买多件商品只要不超重，就可以联系卖家修改价格，只收取一件商品的邮费。

(3) 进入订单提交页面以后，首先要填写或者选择正确的收货地址，然后将商品的颜色、尺码、发货时间、特殊要求等需要特别提醒卖家的内容，填写在“给卖家留言”框里，然后点击页面底部的“提交订单”。

(4) 进入支付页面以后，选择相应的网上银行或者支付方式，输入支付密码，再点击“确认付款”。

(5) 卖家收到买家已付款的提示以后，通常会在 72 小时内发货，收到包裹后，最好当场开箱检查，确认货物没有损坏或异常后再签收。一般拿到货物使用 1~2 天就可以去登录淘宝网最顶上一行，“我的淘宝——已买到宝贝”，找到此商品，点击“确认收货”按钮。

(6) 在“我已收到货，同意支付宝付款”页面，输入支付宝账户的支付密码，将支付宝代管的货款支付给卖家。

(7) 此时，买卖双方交易成功，银货两讫，买家可以点击“给对方评价”按钮，对卖家的商品和服务进行中肯的评价，在评价页里写几句话来表达自己对卖家商品和服务的感受，并在下面的店铺动态评



分栏里选择星级，从商品的相符程度、卖家的服务态度和物流发货速度三个方面来评分，满分为5分，选好以后，点击“确认提交”按钮，完成对这笔交易的评价。



图 2-9 购物流程二（买家点“立刻购买”，拍下商品）

（二）熟悉买家退换货流程

正常的交易均能按一般交易流程来完成，只有出现以下三种情况之一，才会进入退换货流程：①买家未收到货，要求退款；②买家已收到货，由于卖家承诺7天无理由退换货，买家试用后不满意，要求退换货；③买家已收到货，但由于卖家商品质量有问题、瑕疵等原因，买家要求退换货。

退换货交易只要在买家付款以后，就可以由买家单方面提出退换货申请，卖家有3天的时间来处理退换协议。在查看退款说明和理由以后，只需符合上述三种退换货情况之一，在双方通过协商达成一致以后，卖家可以选择同意买家的退换货申请协议，进入退换货流程。

值得注意的是，从2014年3月起，新《中华人民共和国消费者权益法》第二十五条规定：“经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但下列商品除外：（一）消费者定做的；（二）鲜活易腐的；（三）在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；（四）交付的报纸、期刊。”

除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。新《中华人民共和国消费者权益法》明确了不宜退货的情形、退货的商品应当完好以及退货费用的承担，对于法律明确列明的商品之外，商品性质不宜退货的，要求必须经消费者购买时确认，解决了可能发生的事后争议。

消费者退货的商品应当完好。经营者应当自收到退回商品之日起7日内退还消费者支付的商品价款。退回商品的运费由消费者承担；经营者和消费者另有约定的，按照约定进行退货。

退款流程包括：买家申请退款/退货→商家处理退款/退货→退款成功。退款交易只要双方经过协商、达成一致后，买家可以在交易生成的24小时后提出退款申请。卖家有5天的时间来处理退款协议，在看清退款说明和理由后，选择同意买家的退款申请协议并输入支付密码，退款即告完成，该交易关闭，相关款项也同时退还到买家的支付宝账户里。

以淘宝为例，退换货的具体流程分为以下三种。

（1）买家未收到货的退款申请操作流程。买家未收到货后选择退款的原因主要有：卖家虚假发货、



快递问题、空包裹 / 少货、未按约定时间发货、卖家发错货、买家多拍 / 错拍 / 不想要等等，一般要求卖家全额退款，赔偿损失。具体操作流程如下：

第一步：进入“我的淘宝”→“已买到宝贝”页面，如图 2-10 所示。

第二步：在“已买到宝贝”页面找到需要申请退款的订单，点击“退款 / 退货”。



图 2-10 进入已买到宝贝页面

第三步：在退款管理页面，点击黄色的“未收到货”按钮，然后选择“退款原因”（如未按约定时间发货），接着填写“退款理由”，有必要的，还可以“上传凭证”（比如卖家发错货的凭证），最后点击“提交退款申请”按钮进行退款。

第四步：提交退款申请以后，卖家有 3 天的时间来处理此次退款申请，若双方达成一致，卖家同意退款，则全额退款到买家的支付宝，完成退款流程。

(2) 买家已收到货，不用退货但需要退款的退款申请操作流程。买家在退款 / 退货申请时选择不退货但需要退款的原因主要是对产品不满意，又觉得退货麻烦，想将就着用，同时希望卖家能给予部分退款来弥补买家的损失。常见的退款原因有：大小尺寸不符、材质 / 面料不符、工艺 / 手艺问题、颜色 / 款式 / 图案与描述不符、发货问题、服务 / 态度、不喜欢 / 穿着效果不好、拍错 / 多拍、认为是假货等。具体操作流程如下：

第一步：进入“我的淘宝”→“已买到宝贝”页面，在“已买到宝贝”页面找到需要申请退款的订单，点击“退款 / 退货”。

第二步：在退款管理页面，点击蓝色的“已收到货”按钮，然后选择“无需退货”，接着选择“退款原因”，填写“需要退款的金额”（一般不是全额退款）以及“退款理由”，有必要的还可以“上传凭证”（比如大小尺寸不符的照片），最后点击“提交退款申请”按钮进行退款。

第三步：提交退款申请以后，卖家有 3 天的时间来处理此次退款申请，若双方达成一致，卖家同意退款，则退款金额退回到买家的支付宝，完成退款流程。

(3) 买家已收到货，需要退货和退款的退款申请操作流程。提交退货申请的流程跟退款不退货流程相似，不同的地方是卖家同意退货以后，买家需要在订单里选择“退货给卖家”，然后在退货界面输入退货地址信息，选择物流公司名称以及填写物流运单号，然后填写发货说明以及发货凭证等。

退货操作完成后，退款 / 退货状态会变更为“买家已退货，等待卖家确认收货”，等待卖家确认收到退货以后点击订单里的“同意退款”，即完成退款退货过程。

二、在线接待流程

网上购物的特殊性使在线接待非常重要，无论标题、关键词做得多到位，图片多么美轮美奂，但最后多数买家还是会点击旺旺联系过客服后，才会最终下单购买。如何从客户点击旺旺与客服人员说第一句话开始就吸引住他，需要依靠客服人员本身的职业素养和沟通技巧。

（一）在线接待流程基本规律

要达到优秀的在线接待转化率，规范的接待流程非常重要，标准化的程序永远是帮助团队理清脉络、提升业绩的良方。每个客服团队都会有各自不同的接待流程，大家可以根据自己经营的产品和以往运营的经验制定出适合自己的接待流程。在日常工作中，在线接待一般包含以下内容：

开场白：欢迎语。

话天地：跟进客户的问题，与客户开始沟通。



挖需求：了解客户的需求点，根据客户需求推荐产品并做关联销售。

试缔结：解决客户的异议。

促成交：通过当天发货等由头促进客户成交。

结束语：客户购买后，结束之时的致谢语不可少。

(二) 在线接待流程具体步骤

好的接待流程可以提高工作效率，也许按照客服的个人发挥也会有很多买家愿意接受，但是有一个共性的规则可以尽可能地提高工作效率。同时，以前实践的成功案例可以帮助我们减少重复的失误，规范的话术可以使我们的接待服务更加规范和专业。

我们一般把在线接待分为八步流程，即进门问好→接待咨询→推荐产品→处理异议→促成交易→确认订单→礼貌告别→下单发货。

第一步：进门问好。可以归纳为一个字“迎”。

第二步：接待咨询。要做好客服准备工作。

第三步：要学会根据客户的需求方向去“说”。

第四步：要掌握一个新技巧“应”。

第五步：这是一切在线销售工作的最终目的。

第六步：要求客服利用好确认订单的流程。

第七步：可以作为一个工作流程的交接。

第八步：礼貌告别。也蕴涵着一个重要技巧“收”。



任务实施

本任务主要了解电子商务客服的在线接待流程，熟悉电子商务客服的售前交流，促成标准订单，并能妥善处理售后服务中的退换货订单。

一、了解电子商务客服的在线接待流程

请利用网络搜集电子商务客服的在线接待流程，将流程填在表 2-3 中。

表 2-3 电子商务客服在线接待流程

在线接待流程	聊天记录

二、熟悉电子商务客服的售前交流

在线注册一个淘宝店铺，登录阿里旺旺进行买卖双方的交流，按流程进行售前交流，并促成交易，再把聊天记录进行复制或截图，并把聊天记录填入表 2-4 中。



表 2-4 电子商务客服售前交流聊天记录

买方聊天记录	卖方聊天记录

三、学会处理退换货订单

登录阿里旺旺，由买家进行退换货原因阐述，卖家售后进行解答及订单处理并把聊天记录填入表 2-5 中。

表 2-5 退换货订单处理聊天记录

买方聊天记录	卖方客服记录



任务小结

本任务主要学习客服工作的流程，包括交易流程、退款流程、退换流程，学习在线接待基本规律，能够在不同的电商平台下顺利完成整个交易。



拓展阅读

淘宝网付款方式介绍

买家在淘宝网购物的时候，若要对拍下的商品进行付款，一般有以下几种常见的付款方式，任意一种付款方式都只是完成网上付款的操作，将钱款支付到淘宝的支付宝账号里。

第一种是最简单快捷的，叫作“支付宝账户余额支付”。当买家的支付宝账户余额足够支付所拍商品的订单金额时，可以直接使用支付宝余额支付，然后输入买家支付宝，账户的支付密码，点击“确认付款”即可完成。当支付宝账户余额不足以支付所拍商品的订单金额时，可以先将已有的支付宝余额勾选使用，剩余金额用下面将要介绍的其他支付方式支付，或者不勾选支付宝余额付款，订单的全部金额直接使用其他方式支付。

第二种是最常见的支付方式，叫作“网上银行支付”。这种支付方式要求买家先到某一银行开通网银（储蓄卡或者支付宝卡通），然后在付款页面中选择全部或者部分订单余额用对应银行的网银进行支付，即选择“银行卡对应的银行名称”，点击“下一步”后，如果选择有误，可点击下方的“选择其他方式付款”重新选择，确认选择无误后，点击“登录到网上银行付款”，即可进入网上银行支付页面。



第三种是信用卡支付。只要选择带的商品，即说明卖家有加入“信用卡支付”业务，买家在进行交易付款时就可以选择使用“信用卡付款”。找到支持信用卡支付的商品，确认购买后，进入付款页面，点击“信用卡”，选择银行进行支付即可。

第四种也是比较安全快捷的方式，叫作“快捷支付”。快捷支付的特点是无须开通网银，有安全、快捷、保障三大优势。只需要关联买家的信用卡或者借记卡，每次付款时只需输入买家支付宝的支付密码即可完成付款。

第五种方式用的最少，就是找人代付。一般都是买家无法用以上三种方式付款，或者钱不够的时候，采取这种方式来付款。淘宝网上交易找人代付的方法如下：第一步，选择需要的商品，点击“立即购买”；第二步：确认收货信息和地址后，在找人代付的方框前打上勾，然后点击“确认无误，购买”；第三步：选择指定的人帮忙代付，后续等待朋友帮忙付款即可。

任务三

做好客户服务准备工作



情景导入

就要上岗实践了，小王被要求牢记各项网站交易规则、安全交易常识。小王心中还有些忐忑，自问：我还有哪些知识没掌握呢？还要做哪些准备工作呢？



任务分析

电子商务客服人员上岗之前要做很多准备工作，比如说心态的准备和职业价值观的准备、对品牌价值和产品知识的学习和了解，以及熟悉掌握不同电子商务平台的交易规则、特点及退换货政策。有了这些知识的积累，再加上良好的工作习惯、端正的工作态度，才能在上岗后很快地进入状态，完成任务。



知识基础

一、网站交易规则

规则不仅是大家共同遵守的制度或章程，也是一种管理手段。规则不仅使我们所生活的社会变得更趋于合理，而且还是管理者在处罚违规行为时的判断基础和衡量标准。作为一个交易平台，为了防止各种不诚信的欺诈行为，杜绝不正当的商业弊端，淘宝网这类网络零售平台都会制定一系列的规则和措施，来约束和规范用户在此平台上的行为，如图 2-11 所示。



图 2-11 淘宝网交易规则首页 (<https://rule.taobao.com/#/>)

(一) 淘宝网买家规则解读

1. 买家正常交易流程规则

(1) 会员名可能被收回：如果淘宝会员连续一年没有登录，会员名可能会被收回。

(2) 交易超时注意事项。

付款时限：买家拍下商品后要在 3 天内完成付款，否则交易将会关闭。

申请退款：买家付款之后就可以立即申请退款。

确认打款时限：卖家发货后，如果在规定时间内没有确认收货或申请退款，系统将自动将交易款项支付给卖家。具体规定时间为：自动发货商品 1 天；虚拟商品 3 天；使用快递、EMS 发货及不需要物流的商品 10 天；使用平邮发货的商品 30 天。

退款时限：买家提出退款申请的操作时限均为 7 天。如未能在 7 天内操作，退款将有可能结束，返回到正常交易流程。

(3) 交易过后要评价。支付宝交易成功后 15 天内，买家可以对卖家进行评价。超过 15 天后系统会默认给卖家好评，买家有一次追加评价的机会。

信用评价等级分为好评、中评和差评，建议买家给出客观、真实的评价。如果认为商品基本满足期望，卖家服务基本满意，建议可以给予卖家好评；如果认为商品本身存在较大瑕疵或对卖家服务有意见，建议可以给予卖家中评；如果对商品质量或卖家服务完全不满意，可酌情给予卖家差评。在做出中、差评后的 30 天内，可进行一次修改或删除，30 天后就不能修改了。另外，店铺评分是不能修改的。

2. 买家违规处罚规则

竞拍不买：如果买家幸运地在竞拍中拍得商品，必须及时按照最终出价完成付款，否则将有可能被扣 12 分，并须向卖家赔偿最后一次出价金额的 5%。

恶意评价：买家应当真实、客观地给予卖家评价。一旦出现利用中、差评威胁卖家以谋取额外财物的现象，每次将被扣 12 分。

3. 买家遇到问题可以投诉

侵犯知识产权：如果买家购买了假冒商品，可以对出售该商品的卖家发起侵犯知识产权的投诉。若投诉成立，该卖家最高将会因严重违规扣 48 分，并将被永久封号。

延迟发货：如果卖家在买家付款后 72 小时内都没有发货，买家可以在交易关闭后 15 天内发起延迟发货的投诉。若投诉成立，该卖家除被扣分外，还将额外赔付商品交易金额的 5%，最高不超过 30 元。



描述不符：如果买家收到的商品与卖家的描述不相符，买家可以在交易成功后 15 天内发起描述不符的投诉。若投诉成立，该卖家将被扣 3 分。

违背承诺：如果买家发现卖家没有履行其加入相关服务时做出的承诺，可以发起违背承诺的投诉。若投诉成立，该卖家将根据违规程度被扣除相应的分值。

若发现卖家存在任何违规行为，都可以发起投诉。若投诉成立，卖家将会被处以相应扣分及处罚。

（二）淘宝网卖家规则解读

1. 卖家交易基础规则

（1）卖家账户解绑须知：符合下列情况之一，不能解绑账户：一是卖家账户已通过支付宝认证并且发布过商品；二是卖家账户还有正在进行中的交易或未处理完的投诉举报；三是卖家账户拍卖押金还没有解冻或支付宝账户还没有激活。

（2）怎样才能开店铺：首先要通过支付宝实名认证，并在淘宝网上公示您真实有效的信息，同时需参加并通过开店考试，才可以开店。

（3）交易超时问题。

注意发货时限：如果卖家在买家申请退款之时起 3 天内仍未点击发货，系统将自动退款给买家。

注意退款时限：当买家申请退款后，有很多环节需要卖家进行相应的操作，要注意所有退款环节中需要卖家操作的时限都是 5 天，以免造成不必要的损失。

（4）评价条件和计分：卖家可以在支付宝交易成功后 15 天内对买家进行评价。每个自然月中，相同买家和卖家之间的评价计分不得超过 6 分（以支付宝系统显示的交易创建的时间计算）。超出计分规则范围的评价将不计分。若 14 天内（以支付宝系统显示的交易创建的时间计算）相同买、卖家之间就同一商品有多笔支付宝交易，则多个好评只计 1 分，多个差评只记 -1 分。

2. 卖家违规处罚规则

（1）卖家容易触犯的规则。违规行为包括严重违规行为和一般违规行为，两者分别扣分、分别累计、分别执行。

第一，当卖家的严重违规扣分累计达 12 分或 12 分的倍数时，将会受到不同程度的处罚，到达 48 分时将被永久封号。处罚措施包括：店铺屏蔽、限制发布商品、限制发送站内信、限制社区功能及公示警告。以下行为属于严重违规行为：

发布违禁信息：卖家在发布商品时不能发布国家法律法规禁止发布的商品或信息。违禁信息按照严重程度区分为四级，每次违规对应分别扣分 48 分、12 分、6 分及 2 分。

侵犯知识产权：卖家应该尽可能从正规渠道进货并保留有效进货凭证。如果出现出售假冒商品或商品、店铺、会员等信息涉嫌侵犯他人知识产权的情况，将会根据违规程度分别被扣 48 分、12 分或 4 分。

第二，当卖家的一般违规行为扣分每到 12 分将会受到店铺屏蔽、限制发布商品及公示警告 12 天的节点处罚。以下为较常见的一般违规行为：

滥发信息：发布商品时要注意以下几种可能出现的商品违规情况，一旦违规，将根据不同情况扣以不同的分值：一是发布国家法律法规限制发布或影响网站运营秩序的商品或信息；二是以不当方式发布商品或信息：在禁止发布商品信息的区域发布广告信息的、店铺中同时出售同款商品两件及以上的、开设出售同样商品的店铺两家及以上的；三是发布错误描述的商品或信息：商品信息缺少要素或要素之间不匹配的、商品信息不实或无关的、商品类目或属性不符的、信用等级或好评率虚假的；四是商城卖家在买家付款前且商品信息显示有足够库存的情况下，以任何理由表示不能在 72 小时内完成发货的。

虚假交易：卖家要坚持诚信经营的原则，保证信用及商品销量是真实的，不作假的。一旦违规，将



根据违规情节严重程度分别扣 96 分、48 分及 24 分。

延迟发货：卖家必须在买家付款后 72 小时内发货，一旦违规，将每次扣 3 分，并向买家赔偿商品实际成交金额的 5%，最高不超过 30 元。

描述不符：卖家对商品的描述必须尽可能的真实、完整，不能刻意夸大，一旦违规，每次扣 3 分。

违背承诺：卖家加入淘宝网的各项服务时，都会要求做出相关的承诺，主要包括以下情形：一是如果卖家未履行加入消费者保障服务、试用中心时做出的承诺，每次扣 12 分；二是如果未履行在加入相关服务时所做出的所有承诺，每次扣 6 分；三是如果未履行自行做出的其他承诺，每次扣 4 分。

恶意评价：卖家切忌利用中、差评对同行进行恶性竞争，以谋取不正当利益。一旦违规，每次扣 12 分。

(2) 卖家投诉买家。如果卖家在交易过程中遇到买家存在以下违规行为时，可以发起相应的投诉：

竞拍不买：如果买家在竞拍中拍得商品，却拒绝按其最终出价购买，卖家可以在买家拍下后 15 天内发起投诉。若投诉成立，该买家将被扣 12 分，并向卖家赔偿其最后一次出价金额的 5%。

恶意评价：如果买家利用中、差评对卖家进行威胁以谋取额外财物，卖家需要保留好有效凭证，并在交易成功后 15 天内发起投诉。若投诉成立，该买家将被扣 12 分，该评价将被删除。

(3) 卖家遇到问题处理规则。

规则频道：淘宝首次推出的官方规则推广平台。频道中集中展现淘宝规则正文、淘宝官方规则解释，帮助卖家更好地了解规则、理解规则。

淘宝首页规则专区：每日发布最新规则变更信息，帮助卖家第一时间了解规则动态。

二、物流及付款知识

(一) 指导买家付款

作为一名合格的客服人员，必须有能力指导买家如何在购买商品时进行付款，产生订单。目前，网上交易一般是通过第三方支付平台（比如淘宝网的支付宝、腾讯拍拍网的财付通等）和网上银行付款方式进行交易。

从网购安全的角度出发，客服应该尽量建议用网上银行支付方式或者用支付宝、财付通等安全方式来完成交易，碰到买家因为各种原因拒绝使用网上交易，客户要首先判断买家是不会使用网上付款还是有别的顾虑，如果是前者，可以指导买家开通网上银行完成付款；如果是后者，应该想办法尽可能打消顾客的顾虑，促成交易。

(二) 指导买家查询物流

买家网购付款后，卖家就要联系物流公司给买家发货了，目前比较流行的物流方式主要有平邮、快递以及 EMS 三种，其中使用快递的方式居多，目前比较有名的快递公司有顺丰快递、圆通快递、申通快递、韵达快递等。

卖家发货后，需要在商品订单里按发货按钮，此时买家会收到一条卖家已发货的系统提示，买家可以根据此提示去查询物流信息。以淘宝网为例，具体步骤如下：

(1) 买家登录淘宝网，找到最顶上一行，我的淘宝——已买到宝贝，进入图 2-12 所示界面。



图 2-12 买家查看“已买到宝贝”界面

(2) 点击订单右侧的“查看物流”链接，进入“物流动态”界面，如图 2-13 示。



图 2-13 卖家查看“物流动态”界面

三、网络安全交易知识

作为一个网店客服人员，必须具备一定的网络安全交易知识。这种知识不仅是一种重要的职业技能，也可以防止网店资产流失。网络安全交易知识主要包括以下内容。

(一) 交易安全

交易安全具体分为两部分，即账户安全和支付安全。在网店日常经营管理过程中，账户安全尤为重要，因为账户一旦被盗，不仅会严重影响店铺的正常经营，账户里的资金也随时可能被盗用，所以账户安全是首先要重点关注的方面。

1. 账户安全

如何保证账户的安全呢？设置安全性较强的密码是账户安全的有效保障，例如：淘宝网的账户密码要求由 6~16 个字符组成，并且最好是使用数字、英文字母以及标点符号这三种元素来进行自由组合，英文字母还区分大小写，标点符号则尽可能使用特殊符号，例如把密码设置为：“Gold520\$”。设置这种密码保证安全度是最高的。但是密码并不是越复杂越好，密码设置的原则一是安全，二是好记，安全性再高的密码，如果连自己都经常记不住，就是自找麻烦了。另外，最好能定期更改密码，并且做好书面记录，以免因忘记密码造成无法登录，给工作带来不便。如果实在是忘记密码了，可以登录界面，找回密码，一般是通过手机接收验证码的方式来找回，或者是通过设邮箱接收更改密码链接来设置新密码。

淘宝网找回密码登录密码有四个步骤：输入账户名→验证身份→重置密码→完成。

(1) 如果忘记淘宝网的登录密码，可以点击“忘记密码”超链接激活找回密码功能，如图 2-14 所示。



图 2-14 忘记登录密码的找回方式

(2) 进入找回密码页面后，输入账户名（手机号 / 会员名 / 邮箱）以及验证码，点击“下一步”，如图 2-15 所示。



图 2-15 输入账户名

(3) 进入“验证身份”界面，选择身份验证方式，可以通过手机号码或官方客服等方式进行密码的找回，如图 2-16 所示。



图 2-16 “验证身份”界面

(4) 选择以上方式中任何一种适合自己的密码找回方式后, 进入“重置密码”页面, 进行新密码的设置, 输入新密码以后点“提交”。

(5) 做完以上步骤, 完成密码设置。

2. 支付安全

淘宝支付宝是目前网上最大的支付平台, 随着电子商务快速发展, 支付宝已经成为一种通用的网络支付工具, 绝大部分网购均可以使用支付宝进行支付, 因此支付安全尤为重要。出于对支付安全的考虑, 支付宝给每个账户均设置了多重保护。

(1) 支付宝把密码分为登录密码和支付密码两种。为了保证支付安全, 登录密码只能查看账户资金明细, 只有拥有支付密码才能操作账户的资金往来。

(2) 安装支付宝数字证书, 使账户资金操作多一重保护, 没有安装支付宝数字证书的电脑, 即使知道登录密码和支付密码也无法进行付款、转账或退款操作。

(3) 设置手机动态口令, 获得更高的安全级别。其作用是: 每当用户输入支付密码时, 系统会向已跟账户绑定的手机发送一个动态口令(短信验证码), 只有输入了正确的动态口令和支付密码后, 付款、转账或退款行为才能生效。

(4) 支付宝信使服务, 账户发生的每一笔交易, 支付宝系统都会通过短信将账户资金变化的通知发送给预先绑定的手机。

(5) 安装硬证书(支付盾), 将电子认证服务机构为用户提供的数字证书保存在 USBKey 中, 合称为“硬证书”。支付盾是支付宝公司推出的安全解决方案。支付盾酷似一面盾牌, 时刻保护着您在支付宝上操作的资金和账户安全。

(二) 防范欺诈

网上骗术层出不穷, 识别骗子重在预防。掌握一定的防骗知识, 可以有效减少安全隐患。

首先, 要妥善保管好自己账户密码、支付密码和手机验证码。不要在任何时候以任何方式向别人泄露自己的密码和手机验证码, 淘宝支付宝绝对不会以任何名义、任何方式向用户索取密码和手机验证码, 支付宝任何时候都不会使用手机联系用户, 一律使用公司固定电话, 对外电话显示区号为 0571。

其次, 仅在安全链接输入密码。要认真核实淘宝网和淘宝支付宝的网址, 经常有人以中奖、购物的名义, 使用阿里旺旺或者站内信发送钓鱼网站的网址, 这些网址都有一个明显的特点, 即与淘宝网的



网址有非常高的相似度。淘宝的网址为 <http://www.taobao.com>，而那些钓鱼网站的网址往往会是 <http://www.taobao.cn> 或 <http://www.taob.vip.cn> 等。因此，每次登录尽量直接输入正确网址，不要通过点击来历不明的超级链接去访问网站。例如，支付宝登录页面的网址开头为：<http://www.alipay.com>，如果网址中第一个斜杠 (/) 前面没有立即出现 [alipay.com](http://www.alipay.com)，请千万不要输入你的支付宝用户名和密码，即使在当前网页的网址中包含有 [alipay](http://www.alipay.com) 一词，也有可能不是支付宝公司的网站。欺诈网站会试图模仿支付宝的样式风格设计网页，来获得你的密码以及对你账户的访问权限。如果网址中斜杠前包含其他字符，如横线、下划线等，那么该网站绝不是支付宝的网站。



任务实施

本任务通过登录淘宝账号，熟悉网站交易规则，掌握物流及付款知识，进而掌握网络安全交易知识。

一、熟悉网站交易规则

请利用网络搜集不同购物网站的交易规则，将各网站的交易规则填在表 2-6 中。

表 2-6 不同购物网站的交易规则

购物网站	交易规则

二、掌握物流及付款知识

作为电子商务的买方，不仅要了解一定的付款知识，而且要知道如何查询物流信息。结合购物实践，将购物过程中可能涉及的物流及付款知识填在表 2-7 中。

表 2-7 购物过程中的需掌握的物流及付款知识

物流知识	付款知识

三、掌握网络安全交易知识

请你上网搜索相关信息，并结合自己对网络购物的了解，将购物过程中涉及的安全交易知识填在表 2-8 中。



表 2-8 购物过程中的安全交易知识

序号	安全交易知识
1	
2	
3	
4	
5	
6	



任务小结

本任务主要学习不同电子商务平台的交易规则、特点、退换货政策，并通过实际购物操作，掌握物流及付款知识、网络安全交易知识等。



拓展阅读

常见骗术介绍

下面是常见的几种骗术介绍。

(1) 通过注册及其相似的账号来欺骗卖家。例如，使用“快乐小灰兔”的 ID 购买商品并用支付宝付款，然后再用相似度极高的“快乐小灰兔”这个 ID 来通知卖家已经付款，但是向卖家提出修改收货地址的要求，卖家以为是同一个 ID，就按新地址发了货。几天以后，购买商品并付款的买家用“快乐小灰兔”这个 ID 来反馈说还没有收到货，投诉卖家收款后不发货，并进行申请退款操作，此时，卖家才发现要求更改收货地址的 ID 和购买的 ID 并非相同。

(2) 只拍货，不付款，然后威胁新手卖家。这个骗术的主要目标是做充值行业的新手卖家，骗子利用新手卖家对淘宝网交易流程不熟悉进行诈骗。骗子首先在新手卖家店铺一次或多次拍下上百元，或者上千元的 Q 币或者手机充值卡，但不付款，然后一次次发消息或者打电话催卖家发货，卖家不发货并以投诉差评威胁新手卖家，同时用另外一个假冒的淘宝客服 ID 来催促卖家发货。

(3) 以大宗购物或者较高的交易金额来诱惑卖家，接着谎称需要找一个信得过的中介做担保，卖家同意后，就发送假冒的 EMS 担保交易网址，诱使卖家去该钓鱼网站签订担保订单的中介协议，骗子根据协议里面得到的身份证号码等个人信息，然后破解卖家的支付宝账户或者银行卡密码，盗取里面的现金。

警示：淘宝网的交易是不可能去其他网站下订单的，遇到这样的情况一定要谨慎，下这样的订单就等于告诉了骗子卖家账号密码。

(4) 利用网银的安全措施来欺骗卖家。骗子与卖家谈好交易以后，谎称自己没有支付宝，要求从银行直接汇款给卖家，并在得到卖家的银行账户号码后马上去银行网站登录该账号，并故意乱输密码，直到当日错误密码达到最高次限，已无法查询账户时，再通知卖家自己已汇款，同时不停催促卖家当天发货。骗子甚至会采用一些激将法，来达到促使卖家当天发货的目的。

(5) 骗子冒充买家，谎称要将他看中的商品图片发给卖家，其实发送的是带病毒或木马的文件，以



此盗取卖家电脑里的个人信息。因此，不要随便接收陌生人发来的不明文件，避免电脑被木马、病毒所侵袭，如果遇到这样的情况，就叫对方使用阿里旺旺的截图功能来说明商品款式。现在阿里旺旺的安全识别能力大有提高，发现可疑文件一般会提醒卖家“该文件存在高危风险，建议立刻删除”。

项目实战

1. 小张新开了一家淘宝店铺，他的商品发布流程是什么？在“一口价”和“拍卖”中间选择一种出售方式来发布商品有什么不同？

2. 一个成熟的店铺及其客服人员都会对接待流程有着自己的见解和临时发挥，小张将自己店铺的在线接待过程总结为：问好→提问→分析→推荐→谈判→帮助→核实→告别。每一个步骤都是什么含义？都有哪些工作内容？如何制定出适合自己的在线接待流程？

思考练习

一、判断题

1. 电子商务客户服务的成本较传统客户服务的成本要高。（ ）
2. 客服人员不需要了解产品的详细信息。（ ）
3. 包裹在快递运输途中破损是常见情况，当买家反映包裹破损时，应立即安抚好买家，协商退款或补发事宜。（ ）
4. 在商品问题处理中，行为坦诚、语言真诚，并且表现得敢于负责的时候，往往很容易取得客户的信任，让客户相信客服所说的话。（ ）
5. 想要让顾客购买店里的主推产品，可以在聊天工具上提前设置好促销信息。（ ）
6. 通过客户信息梳理，企业可以有效地识别客户，分级管理。（ ）

二、选择题

1. 在电子商务客户服务的分类中，以下哪一项不属于按业务职能标准划分的内容？（ ）
 - A. 售前客服
 - B. 语音客服
 - C. 售中客服
 - D. 售后客服
2. 以下选项属于售后客服工作内容的是（ ）。
 - A. 推荐商品
 - B. 客户关系维护
 - C. 商品发货
 - D. 客户催付
3. 客户投诉处理的第一步应该是什么？（ ）
 - A. 道歉
 - B. 辩解
 - C. 了解情况
 - D. 转移责任
4. 以下不属于售后接待流程的是（ ）。
 - A. 调查顾客
 - B. 礼貌接待
 - C. 安抚顾客
 - D. 问题处理
5. 异常订单大致可以分为需要退货、需要换货和（ ）三种情况。
 - A. 下单未付款订单
 - B. 银行诈骗
 - C. 系统异常
 - D. 买家拒收
6. 客户服务中的“首因效应”指的是什么？（ ）
 - A. 第一次接触客户时留下的印象
 - B. 第一次解决客户问题的时间
 - C. 第一次向客户提供产品的时间
 - D. 第一次回访客户的时间



线上测试