

最新客服案例分享心得 客服热情回复的案例(优质5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

客服案例分享心得篇一

伴随着呼叫中心快速发展, 客户对呼叫中心的期望值也越来越高, 他们希望呼叫中心能够解决他们大部分的难题, 也希望象营业厅一样能够一站式解决, 如此高的期望值使得呼叫中心客户服务工作越来越有挑战性, 必然要求我们的客服代表拥有高效的客户沟通技巧.

客户服务的技巧都大同小异, 不同的客服代表有不同的处理方式, 追求的目标都是客户满意, 当然不满意的客户肯定会投诉客服代表. 因为在培训公司工作, 所以会接触到大量的电话录音, 我们自己也会经常听这些电话录音, 我们会听到很多种处理客户不满意的沟通技巧.

案例再现, 省略了前面的问候脚本. 客户a:(情景:因为没有能够收到短信, 损失了十万元的收入, 现拨打客服电话投诉某公司)

a:不可能, 绝对是你们公司的短信平台问题, 我现在唯一要求你们赔偿. 你给我一个解决方案.

a:行. 没问题. 谢谢你!

过了一小时, 客户a再次拨通客服电话, 客户c接的电话:

a:您们客服代表说尽快回复我的,过了一小时了,还没回复我.

a:好

a:是的.他当时告诉我就是那个时间段发给我的短信.

c:那么在那个时间段,您可以选择别的通信方式啊.比如电话,邮件,或者告诉他另外的联系手机号码的,这样可以保证您的业务不受影响的.

a:我怎么没想到呢?不过现在业务已经受到影响了,你说怎么赔偿吧.

c:先生,其实我非常理解您的心情,谁也不愿意损失钱,更别说十万了,我建议您可以先和您的合作伙伴谈如何将损失降低到最低限度,很多事情都有解决办法的.

a:那挽回不了我真要找你们赔偿的.

客服案例分享心得篇二

我也跟你说了,今天这个车我四万块收对不对?

销售难题:当客户要退货,退钱,怎么办?

你看这个方案怎么样?退我是不能退,这这不符合商业逻辑。

女顾客:我考虑一下吧。

张老板:也可以跟他商量一下啊,这都没问题啊,你跟他聊一聊好吧?

女顾客:好好 行

销售难题：当客户要退货，退钱，怎么办？

- 1；把顾客拉到办公室，或其他没人的地方，这是处理矛盾的第一步，
- 2；心态平稳，不卑不亢，不悲不喜
- 3；安抚客户的情绪，了解客户的情况，并对他的话表示理解和认同
- 4；有原则，有底线，
- 5；少讲“不能退”的原因，少解释
- 6；多给客户出主意，给他多套解决方案

如果你有更多的收获，欢迎你来补充

好啦，就写到这里；

客服案例分享心得篇三

客服部是服务中心的桥梁和信息中枢，起到连接内外的作用，客服人员的业务素质直接影响客服部的整体工作。自2013年11月，我来到xx物业工人劳模小区客服部工作，时刻提醒自己服务细节做起，以身作则，以真诚的态度对待每位业主。在小区d政的支持下，本人在思想上积极上进，工作上勤奋努力，以勤勉踏实的工作作风赢得了领导的认可。具体事迹如下：

一、能自觉实践“xx代表”重要思想，践行sh主义hx价值观，热爱团的工作。

在日常工作中能不断进行政治理论学习，在加强自身思想建

设的同时，还能不断与同事交流学习的心得机会，共同提高。针对内部管理，一直注重团队精神的建设，在团队精神的作用下，客服部成员产生了互相关心、互相帮助的交互行为，激发了员工工作的主动性，共同的价值观，高涨的士气、团结友爱，功夫不负有心人，通过团队的整体努力，我们客服班组取得了市“工人先锋号”、“明星班组”称号。身为工人劳模小区的团支部书记，我们小区在2016年被评为“xx省五四红旗团支部”。

二、富有爱心，为人正直，作风正派，能够率先做出表率。

对待业主，我一直严格要求自己，以恪守服务承诺，用心做事作为工作目标，所以无论业主有什么样的需求，积极为业主解决问题。我坚持的工作方针是让业主带着需求而来，载着满意而归。在工作中我坚持此工作方针，本着对业务精益求精，对业主热情周到的原则，抓规范化服务，重视员工的服务意识，把服务管理工作落到实处，从细节工作做起，注重工作结果，日常工作中仔细聆听记录，沟通中搜集业主反应的各种情况与问题，并与员工一起分析解决问题，与其他部门进行沟通处理，直到解决完毕，给业主满意的结果，从而提升服务品质。

在日常工作中，能端正思想，爱岗敬业，维护团结。无论在学习、生活中，能严格要求自己，端正自己的思想，立足岗位，用自己的坚定和执着为大家做出了表率。

为了提高各个班组的工作效率，我们小区推行了“云物业”。我们在接到业主的报修，可以直接通过电脑分配任务给各个班组，更加提高了我们的工作效率。

三、工作中注重创新，提高工作实效。

落实考核管理制度，全面实行量化考核。一方面是建立健全量化考核实施细则；另一方面是抓好日常的考核工作，为年

中、年度考核做好基础；做到考核工作有凭有据。服务工作没有终点，只有始点；没有最好，只有更好。提供不断完美的优质服务，是客服班对业主永久的承诺。以业主为中心，希望倾听来自业主的任何声音，并把这种理念体现在工作的每一个细节上。在提高工作效率的同时，注重自身能力的提高，为业主提供规范、快捷、有效的服务，认真做好自己的本职工作，努力为业主创造优美、舒适的生活、休闲氛围。经过部门领导支持与本人的大胆创新，提升了青年职工的职业素养，凝聚了青年力量，树立了xx青年的良好形象，为公司物业市场化道路探索奉献出自己的青春和智慧。不断提升服务品质，为创出物业品牌献出力量。

客服案例分享心得篇四

概述：

客户关系管理的理论基础来自于西方的市场营销理论，最早产生在美国，是一个不断加强与顾客交流，不断了解顾客需求，并不断对产品及服务进行改进和提高以满足顾客的需求的连续的过程。这个学期，我们所学的是从电子商务的发展是从企业经营管理变革出发，运用相应的管理经济学和现代信息技术等知识来讲诉。我主要来谈谈所学的客户管理知识对比分析企业运行现状和发展趋势。

我对客户关系管理的理解

客户是企业的一项重要资产，客户关怀是crm的中心，客户关怀的目的是与所选客户建立长期和有效的业务关系，在与客户的每一个“接触点”上都更加接近客户、了解客户，最大限度地增加利润和利润占有率。在国内，当一个企业开始关注客户关系管理时，往往也伴随着业务流程的调整，通过引入先进的营销管理理念、可借鉴的流程制度以及自动化工具，来实现企业的战略目标。从软件关注的重点来看[]crm软件分为操作型、分析型两大类，当然也有两者并重的。操作

型更加关注业务流程、信息记录，提供便捷的操作和人性化的界面；而分析型往往基于大量的企业日常数据，对数据进行挖掘分析，找出客户、产品、服务的特征，从而修正企业的产品策略、市场策略。就比如来说：一、我将硬盘中的e盘重命名为work□存放客户的一切资料，这样的话只需打开e盘直接进行工作。二、将客户分为“成交客户”、“接触客户”、“潜在客户”三类，每种建一个文件夹。下过订单并成交的客户，只需要经常注意维护与这些客户关系，这是做生意的本钱，向你有明显的订货意思，但是还未下单。这些客户是业务量的增长，需要花一定时间和精力去沟通和协调，争取把这些接触客户发展成为成交客户文件中。向你询过价，没有深层次的交流，但是，这些客户往往他们会让你意想不到的实现成交，而且还不会让你浪费时间，所以，还是得多回访一下这种潜在客户。

首先□crm绩效评价应该是一个分析性的过程，通过该过程评价系统来反映crm如果交付业务价值是，这个可以用*衡计分卡方法来进行分析，设定了crm绩效评估的指标体系之后，可采用系统工程中的多层次模糊综合评价方法来计算评价价值。需要确定各目标因素的权重。可采用调查的方法，请相关专家就评价因素的重要性进行排序。为降低专家意见的分散度，第一次排序后，计算出各评价因素的均值，把结果反馈给专家，供专家第二次排序时使用，并可重复这一过程，直至获得较为合理的结果。接着对底层评价指标进行评价。其次，在crm分类矩阵中，分别运用产品销售战略，服务支持战略，客户营销战略，个性化关系营销战略来分析企业不同的情况来制定针对企业情况的制定。

第三□crm是打造企业核心竞争力的利器，它是crm的市场扩展性，高效率的为客户提供溢价服务，具有高盈能力的专有客户资产。企业核心竞争力关系到企业的业务流程重组，在企业业务重组的条件下□crm环境是关键因素。就比如说：业务往来，包括邮件往来，传真件（扫描成图）及业务明细。

最好把每次的邮件内容按时间顺序拷贝到同一个word文档中，对方的邮件和你的回复放在一起。因为你的邮箱有不同客户的邮件，所以查找起来比较麻烦，这样一集中就一目了然了。如果一个文档过大，打开速度会较慢，这样你再建一个word文档，甚至第三个第四个，对这些文档要进行编号，这样你才清楚时间的顺序，查找起来也比较方便。相比而言，传真件图片会少一些，你对每个传真件命名时概述标题及时间即可。业务明细用一个excel文档即可，里面包括以下内容：订货时间、出货时间、产品名称、产品型号、单价、件数、总金额及备注等。

整个客户关系管理的发展趋势可以分为理念、技术、市场方面

crm在理念上方面的趋势:必须把客户关系全面提升企业关系的管理层次，将客户予以的范围扩展到其他关系对象，客户关系管理是以企业利益为中心的，太过于利益化，对不重要的客户直接忽视掉。在**crm**中，由于现在市场竞争优势过于猛烈，慢慢把客户去掉，将关系管理上升到一种关系管理学范畴去，这样才能解决客户关系管理以偏概全的根本办法□

crm在技术上方面的趋势:结构化还是不那么明显，环境的不稳定因素□**crm**原有产品和现有产品的环境不能分开。原有的各种分配方式已经不符合现有的各种服务，而未来的组织部分应该包括：客户端、应用服务器和数据库。基础结构主要是开发基于**java**和**j2ee**的。客户化的焦点是在于，什么能够获得客户化，以及执行客户化时所使用的机制，有助于企业客户定制产品，未来的**crm**将要基于元数据进行开发。

crm在应用技术上的发展趋势主要有以下7点：

1. **crm**各应用模块之间将进一步加强整合。

应用无法处理的非结构化数据。

3. 在技术上继续以web为主，在性能以及交互性应用上将推出更成熟更使用的产品。
4. 将充分利用业务流程管理的技术，增强流程定制的灵活性。
5. 将更强调与其他应用的整合，基于可扩展标识语言技术的整合将成为业界的标准。
6. 无线移动应用仍有很大的发展空间，提供商将进一步通过联合兼并等方式发展壮大。
7. 呼叫中心从传统的呼叫中心，真正变成一个多渠道的客户联络中心，从而大幅度提

高客户交互的处理能力。

crm在市场方面的趋势：

1、终端crm市场将成为“主战场”

2□crm行业解决方案将主导crm市场

3、在未来□crm发展的驱动力主要为：交叉渠道集成、软件供应商垂直化□web服务以及应用软件定价模式的转变。

4、成为电子商务的核心。

发展前景：

客户关系管理使企业有了一个基于电子商务的面向客户的前端工具, 为企业提供了可以满足客户个性化需求的工具, 能帮助企业顺利实现由传统企业模式到以电子商务为基础的现代企业模式的转化。虽然,crm的理论和实践仍处在不断探索之中, 但随着企业客户关系管理模式的变革,crm的管理思想必将

会被越来越多的经营者所理解、接受,实施客户关系管理带来的好处也会日益体现出来。客户关系管理的运用将会越来越成熟。

客服案例分享心得篇五

根据这个学期的学习我们了解了客户管理的重要性及与企业生存的密切联系,加强了我们的理论基础,拓宽了思维,提高了认识,使我对怎样成为一名合格的管理者有了新的理解。客户是企业的一项重要资产,客户关怀是客户关系管理的中心,客户关怀的目的是与所选客户建立长期和有效的业务关系,在与客户的每一个“接触点”上都更加接近客户、了解客户,最大限度地增加利润和利润占有率。在国内,当一个企业开始关注客户关系管理时,往往也伴随着业务流程的调整,通过引入先进的营销管理理念、可借鉴的流程制度以及自动化工具,来实现企业的战略目标。

下面分几点谈谈自己对客户关系管理的理解:

(一)对以客户为中心的理解:客户关系管理的核心是客户价值管理,它将客户价值分为既成价值、潜在价值和模型价值,通过一对一营销原则,满足不同价值客户的个性化需求,提高客户忠诚度和保有率,实现客户价值持续贡献,从而全面提升企业盈利能力。客户关系管理(是企业为提高核心竞争力,达到竞争制胜,快速成长的目的,树立以客户为中心的发展战略,并在此基础上展开的包括判断、选择、争取、发展和保持客户所需的全部商业过程;是企业以客户关系为重点,通过开展系统化的客户研究,通过优化企业组织体系和业务流程,提高客户满意度和忠诚度,提高企业效率和利润水平的工作实践;也是企业在不断改进与客户关系的全部业务流程,最终实现电子化、自动化运营目标的过程中,所创造并使用的先进的信息技术、软硬件和优化管理方法、解决方案的总和。

以客户为中心，不单单是指以客户为上帝，是指已满足客户的需要为中心。更重要的是如何能获取和保留客户，如何能从客户身上赚更多的钱为中心，在实际中一对一营销就以利润为中心的营销。满足客户的需要是获取和保留客户的最佳手段之一。

（二）对客户忠诚度和满意度的理解：首先，满意度和忠诚度之间是一个递进的关系，也就是说客户是先有满意度，然后才会有忠诚度。打造客户忠诚度，当然前提是首先建立客户的满意度，但是要注意的是，在此之前先明确自己产品的定位，我们不可能依靠一个产品通吃所有的客户，关键是你找准自己的目标市场。找准自己的客户群体之后，认真分析哪些因素是这些客户更看重的，价格、时尚、功能、便利、品位、服务或者其他的。有针对性的去改进，加强自己的产品在这个方面，或者这些方面的优势。

（三）如何维护和客户之间的关系：客户关系是企业赖以生存的重要资源，是公司产生利率的靠山，没有稳定的客户支撑，公司就没有持续发展的可能。稳定的客户资源已成为我们所有工作中的重中之重。客户的需求不能得到切实有效的满足往往是导致公司客户流失的最关键因素。一方面，我们应及时将公司经营战略与策略的变化信息传递给客户，便于客户工作的顺利开展。另一方面，善于倾听客户的意见和建议，建立相应的投诉和售后服务沟通渠道，鼓励不满顾客提出意见，及时处理顾客不满，并且从尊重和理解客户的角度出发，站在顾客的立场去思考问题，采用积极、热情和及时的态度。同时也要跟进了解顾客，采取积极有效的补救措施。

（四）自我总结客户关系管理对企业的影响：在本学期老师让我们每人都要找一个关于企业的客户关系管理方案做成ppt，每节课上课的时候展示给其他同学看，我的ppt是关于香格里拉酒店的客户关系管理。从自己在寻找资料，整合做成ppt中，自己对这家企业有了很深的了解，他们的成功胜在他们的顾客服务，饭店为客人设立了个人档案长期保存，作为为

客人提供个性化服务的依据。我认为我们在实际工作中应该注意以下几点：（1）要设立清晰的目标和实现目标的进度表，目标一旦确定，一定要层层分解落实。（2）我们要做好客户关系管理工作的创新，加强服务能力的提升，扩大增值潜力，切实维护客户关系。（3）要确立忠诚管理的营销理念，善于识别客户与了解其期望。（4）在企业内部制定标准化服务措施，妥善解决每一个售后服务，切实培养员工忠诚，以保证向顾客的价值传递。所以，一个企业要想做大做强，客户关系管理重中之重。