

# 一个合格的电商客服，不光要懂运营，还要懂销售！

产品名称	一个合格的电商客服，不光要懂运营，还要懂销售！
公司名称	吉林瑞蚁网络科技有限公司
价格	200.00/件
规格参数	瑞蚁电商:免费试用3天
公司地址	龙山区向阳邮局建阳路与人民大街交汇东行50米
联系电话	13664318547

## 产品详情

随着电商行业的不断发展，行业也开始精细化，不再是以只处理麻烦为主体。这时候理解的，是一个站在产品和用户之间的连接者。一方面把产品传递的价值，想办法传递给用户。传递了以后用户要么回馈你金钱，要么回馈你时间。另一方面把用户的需求反馈回来，因为需求从来不是一成不变的，产品只有在不断的迭代中，才能保持生命力。

本文将从运营、产品以及心理学的角度去看外包，其中的一些问题可能会是电商行业存在的问题，希望能给到电商从业者一个参考。

### 01从运营角度看电商

一般而言，跟用户运营一样在企业中都拥有双面身份。

对外：他们面向用户——为用户提供咨询、收集用户意见和反馈(以优化产品)、对用户进行售前消费引导和售后服务支撑。

对内：他们也承担4种角色：发现线上bug并跟进、收集功能优化建议、丰富用户档案体系，支撑市场公关工作。

具体而言，中心在一家公司的定位取决于每家公司的业务模式。在电商企业中，团队偏向于售前咨询和售后支撑。

一个客可以承担多种功能，没必要为了让业务界线清晰，让一部分人专门负责售前，另一些人专门负责售后。业务清晰的好处在于职责明确，坏处在于各家自扫门前雪，不是我的事我就不管。

每日优鲜中心在内部称为“用户体验中心”，由2个中心，中心和品控中心组成。具体细分为4个大的团队：

## 1)一线团队

包括一线和二线：电话、在线、聊天、呼入呼出、投诉处理。

## 2)内部改善部

除了以外的其他业务团队，包括质检、培训、知识库、机器人的调养、惊喜等。这个团队会通过用户来电的投诉数据产生联想，推动流程优化改善、及时止损。

## 3)外部改善部

是部比较有战斗力的团队，直接触及到企业内部各个业务部门的问题改善。这个部门与其他部门有着非常高的强联动性，目的是把控商品质量及物流配送的服务体验。比如，某款商品做的不好，每日优鲜的可以直接下架商品;再比如说物流做得不好，有足够的权限关闭微仓。

## 4)用户声音前瞻团队

在每日优鲜，中心也会用做品牌、市场、产品的运营思维做客户服务。这已经完全颠覆了传统的部门职能：他们会永远前瞻性地知道每日优鲜的用户要什么、潜在的非每日优鲜的用户在要什么，以及线下的用户在要什么，什么样的商品在传播等。部门也会运用产品思维、运营的手段去做一些传播，比如，做社群、视频传播等。

## 02从产品角度看电商

每一个从事电商行业的工作者都不得不承认的重要性，哲学的角度讲，产品的好坏，“实践是检验整理的唯一标准”。智齿科技的产品经理在智齿部门体验过做后，总结出以下几点建议，希望对电商从业人员有所帮助。

### 1)意见反馈制度

工作每天会和大量的顾客进行沟通，在这个过程中，不仅是了解部门自身存在的问题，还可以了解其他部门需要协调或解决的问题。

“你们的实物与图片有差异，宣传言过其实了”——运营部门;“你们是否能开增值税专用发票”——财务部门;“你们的产品太硬了，用起来不舒服”——产品部门;“我们家是老人，不送货上门就不买”——物流部门;.....

可以看出，部门所收到的大量意见，分为有价值的和无价值的，其中一些有价值的意见并不是能够解决的。所以要将这些有价值的问题报至其他部门，以帮助整个公司不断的优化流程，共同提升。

### 2)日清检查单制度

售前在沟通的过程中面对顾客提出的特殊要求，都会答应。但也存在的问题是答应之后，后续没有满足顾客相关要求的时候，顾客便找到我们表达不满，导致售后会花费更大的成本来解决问题，这个时候容易陷入被动。

所以在日常的工作中可以设立一个日清制度：把每天答应过顾客特殊要求的事情都给记录下来，然后每晚下班的时候核对一下。把没有结果的事情跟踪一下，并主动和顾客进行沟通，避免了后续的被动沟通引发顾客的不满。

### 3)每周主推款式制度

售前在接待顾客的时候，经常被问到的一个问题是：这几款有什么区别？你觉得我买哪一款比较好？这个问题其实涉及到另外一个问题：就是同价位的产品当中，哪一款是我们利润高的，就理应诱导顾客去购买利润高的那一款，这样才能大化公司的利润。所以部门可根据顾客的询问程度设置一个每周主推款制度，然后设置相应的激励制度，并针对该款进行诱导话术的撰写和培训。

#### 4) 话术优化制度(FAQ)

现在的电商，“亲”“亲亲”几乎成了标配，但沟通的很多技巧可以是个人独有的。我们可以以此设置一个话术优化制度。比如同样一句问题，可以搜集每一个的回答方式，然后对这些回答方式进行优劣评判，从而制作一套优的话术。

可以通过从后台查到大量的顾客问题，制作成一个电子版的考卷，让每个进行填写，然后将搜集上来的答案进行分析和评选，终形成一个为的话术。

### 03 从心理学角度看电商售前

#### 1) 拒绝之后给予补偿或转移重心

我们都不喜欢被拒绝，其实是由生理上的机制决定的。因为当我们收到拒绝的时候，大脑会分泌内啡肽，导致我们做出非理智的决定。作为人员，当满足不了顾客的要求的时候，经常性的需要拒方，但是拒绝之后可以给予补偿，或转移重心。

顾客：“价格优惠一点，否则我就不买了。”

转移重心：我们作为一个真的已经尽力了，虽然我们没法给您优惠，但是我们可以给您提供三年的质量保修，终身的修理咨询服务，给您及时优质的售后；

给予补偿：我们当然想尽力促成交易啊，虽然没法给您进一步的优惠了，但是我们可以赠送给您一个便签本，作为一个小小的礼品。

#### 2) 迅速判断对方的语言环境

跟一个人沟通，首先要做的事情是判断对方的语言环境，跟一个流氓聊天就该和对方一样骂骂咧咧，跟一个教授聊天就应该文质彬彬。运用对方熟悉的语言方式进行沟通可以迅速的拉近沟通距离。

顾客：“买不买我还要再跟我太太商量一下。”

判断：30岁以上、白领、男性、大学以上学历；

回答：听太太意见的家庭更和睦。您的太太如果有疑问，我也随时可以解答的。您的太太目前在电脑旁边吗？

#### 3) 给对方选择题，而非问答题

电商平台的售前经常是被问问题，但是的售前更应该懂得如何提问。提问的一大技巧就是给予选择题，而非问答题，因为选择题更易于回答，也更容易让沟通继续。

“您比较喜欢什么样的产品？”

“您比较喜欢什么材质的产品？”

更改成选择题的话：

“您比较喜欢带PU皮的产品还是网布的产品？”

“您每天使用我们产品的时间是3-5个小时，还是7-10个小时？”

#### 4)总是超出顾客的预期一点

很多电商的沟通模式基本都是是一问一答，可以提升顾客满意度的一个可行的方式是：总是超出顾客的预期一点。

顾客：“我的小孩7岁了，现在135CM，买多高的产品合适？”

普通回答：买XX，XX的产品比较合适，刚好适合您现在的小孩身高。

超出预期：7岁是一个儿童自我意识发展的重要时期，这个时候可以逐渐让他独立的完成事情，培养责任感。具体到椅子，建议购买XX——XX的产品比较合适。

#### 04总结

如果想成为一个全能型的电商，不光要懂运营，还要懂销售等等，从事这个职业，就要接受这些设定，用机制和服务去引导用户，创造出产品所需要的价值。

在初期时，你需要有运营人的耐心细致，需要有像销售一样的狼性，更要有像产品一样的严谨，终这一切组合，成为一个能抗伤害也能打输出的高手。