

电商售前售后客服手册

客户服务操作指南

版本: V1.0
2024年

目 录

1. 第一章：商品知识管理

2. 第二章：售前咨询服务

3. 第三章：订单处理流程

4. 第四章：售后服务体系

5. 第五章：客户投诉处理

6. 第六章：退换货管理

7. 第七章：客户关系维护

8. 第八章：常见问题解答

9. 第九章：服务用语规范

10. 第十章：KPI考核标准

第一章：商品知识管理

1.1 商品分类体系

电商平台商品通常分为以下几大类别： 服装鞋帽：男装、女装、童装、鞋靴、配饰等
 数码电子：手机、电脑、相机、智能设备等
家用电器：大家电、小家电、厨房电器等 家居日用：家具、家纺、厨具、清洁用品等
 美妆个护：护肤品、彩妆、洗护用品等 食品生鲜：零食、生鲜、粮油、饮料等
母婴用品：奶粉、纸尿裤、玩具、孕妇用品等
运动户外：运动器材、户外装备、健身器材等

1.2 商品信息要素

客服人员必须掌握的商品基本信息： 商品名称和品牌 商品型号、规格、尺寸
商品材质、成分 商品价格、促销活动信息 商品库存状态 发货地点和物流时效
 商品产地和生产日期 商品认证和资质信息

1.3 商品质量标准

了解各类商品的质量标准和鉴别方法： 正品认证：防伪码查询、授权书验证
外观检查：无瑕疵、无损坏、包装完整 功能测试：电器类需测试功能完整性
材质鉴别：纺织品的成分含量、皮革的真伪 保质期检查：食品、化妆品等有效期确认

第二章：售前咨询服务

2.1 咨询接待流程

标准售前咨询接待流程：
1. 问候语：您好，欢迎光临！请问有什么可以帮助您？
2. 了解需求：询问客户具体需求和购买意向
3. 产品推荐：根据需求推荐合适商品
4. 信息解答：解答客户关于商品的疑问
5. 价格说明：介绍价格、优惠活动、促销信息
6. 促成交易：引导客户下单，提供购买建议
7. 结束语：感谢您的咨询，祝您购物愉快！

2.2 产品咨询解答

常见产品咨询问题及解答要点：
 产品真伪：提供防伪查询方式，展示授权资质
 产品规格：详细说明尺寸、颜色、材质选项
 使用方法：提供详细的使用说明和视频教程
 适用人群：说明产品的适用年龄、场景、人群
 兼容性：电子类产品需说明兼容性和系统要求
 效果保证：客观描述产品效果，不过度承诺

2.3 价格与优惠咨询

价格相关问题处理规范：
 严格按照系统价格回答，不得私自承诺折扣
 主动告知正在进行或即将开始的促销活动
 说明会员等级对应的优惠政策
 解答关于价格保護政策的疑问
 解释优惠券、满减、赠品等优惠规则
 提醒即将到期的优惠活动（限时限量）

第三章：订单处理流程

3.1 订单审核要点

订单审核关键检查项： 收货地址信息完整性（省市区、详细地址、联系人、电话）
 商品规格型号选择是否正确 数量是否符合购买限制（最低/最高起购量）
 支付方式是否正确到账 发票信息是否准确 备注信息是否有特殊要求
 优惠券和红包是否正确应用

3.2 订单修改与取消

订单修改规则： 未支付订单：可修改收货地址、商品规格
已支付未发货：仅可修改收货地址（需核实身份）
已发货：不可修改，婉拒客户并说明原因
预售订单：按照预售规则处理，关注时间节点 订单取消规则：
未发货：随时可取消，全额退款 已发货：需收到商品后方可申请退款
部分发货：可申请取消未发货部分 定制商品：不支持取消（特殊说明除外）

3.3 异常订单处理

常见异常订单类型及处理： 地址不详：主动联系客户确认完整地址
联系方式无效：通过订单信息尝试其他渠道联系
库存不足：及时通知客户，推荐替代商品或退款
支付异常：引导客户重新支付或更换支付方式 重复订单：核实后取消重复订单
疑似刷单：按照风控规则处理，联系客户核实

第四章：售后服务体系

4.1 售后类型分类

- 售后服务主要类型： 退货退款：收到商品后不满意退货退款
换货：商品质量问题或规格不符换货 维修：商品故障需要维修服务
补发：商品丢失或破损补发 部分退款：不退货情况下部分退款
补偿：因服务问题给予的补偿 维权：平台介入处理的纠纷

4.2 售后响应时效

- 售后服务时效标准： 售后申请响应：2小时内响应 退货快递取件：24小时内安排
退款处理：收到退货后24小时内处理 换货处理：收到退货后48小时内发出
投诉处理：首次响应4小时内，跟进24小时内 重大问题：1小时内升级处理

4.3 售后责任判定

- 售后责任判定标准： 商品质量问题（发错、破损、功能故障）：商家责任
物流损坏（运输途中破损丢失）：物流责任，商家协助索赔
客户个人原因（不喜欢、尺寸不合适）：客户承担退货运费
商品与描述不符：商家责任，承担退货运费 人为损坏：客户责任，拒绝售后
超过售后期限：酌情处理，特殊情况可申请特批

第五章：客户投诉处理

5.1 投诉受理流程

- | | | | | |
|-----------|----------------|-------------------|--------------------|----|
| 标准投诉处理流程： | 1. | 倾听说歉：让客户充分表达，真诚道歉 | 2. | |
| 记录信息： | 详细记录投诉内容、时间、诉求 | 3. | 核实情况：调取相关记录，核实事实 | 4. |
| 制定方案： | 根据情况提出解决方案 | 5. | 沟通方案：与客户沟通解决方案 | 6. |
| 执行解决： | 落实解决方案 | 7. | 跟进反馈：确认客户满意，跟进处理结果 | 8. |
| 总结改进： | 记录案例，优化服务 | | | |

5.2 投诉处理原则

- | | | | | |
|-----------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 投诉处理核心原则： | <input type="checkbox"/> | 首问负责：第一接待人负责到底 | <input type="checkbox"/> | |
| 真诚态度： | 承认问题，不推诿不狡辩 | <input type="checkbox"/> | 及时响应：快速反应，让客户感受到重视 | <input type="checkbox"/> |
| 换位思考： | 站在客户角度理解问题 | <input type="checkbox"/> | 解决方案：提出切实可行的解决方案 | <input type="checkbox"/> |
| 适度授权： | 在权限范围内灵活处理 | <input type="checkbox"/> | 升级机制：超出权限及时升级 | |

5.3 特殊投诉处理

- | | | | | |
|-----------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 特殊投诉类型处理： | <input type="checkbox"/> | 情绪激动客户：先安抚情绪，再解决问题 | <input type="checkbox"/> | |
| 赔偿要求过高： | 解释公司政策，提供替代方案 | | | |
| 媒体/舆论相关： | 谨慎回复，引导至官方渠道 | <input type="checkbox"/> | 恶意投诉：收集证据，按规则申诉处理 | <input type="checkbox"/> |
| 重复投诉： | 优先解决根本问题，避免再次发生 | <input type="checkbox"/> | 群体投诉：及时上报，启动应急预案 | |

第六章：退换货管理

6.1 退换货政策

退换货基本政策： 七天无理由退货： 适用条件：商品完好、不影响二次销售

不适用：定制商品、鲜活易腐、数字化商品等

运费：客户承担（商品质量问题商家承担） 质量问题退换货： 时限：15天内可申请

凭证：提供问题照片或视频证据 运费：商家承担 处理：换货或退款

6.2 退货流程

退货操作步骤： 1. 客户提交退货申请 2. 客服审核申请（24小时内） 3.

审核通过，提供退货地址和指引 4. 客户寄回商品（保留快递单号） 5.

商家收货验收（24小时内） 6. 确认退货质量，办理退款（24小时内） 7.

退款到账通知客户

6.3 换货流程

换货操作步骤： 1. 客户提交换货申请，说明换货原因 2. 客服审核，确认换货商品和规格

3. 客户提供换货原因证据（照片/视频） 4. 审核通过，安排寄回原商品 5.

商家收到原商品，检验质量 6. 发出换货商品，物流单号通知客户 7. 客户确认收货

6.4 退款方式与时效

退款方式和时效说明： 原路退回：支付方式原路返回（1-7个工作日）

账户余额：退回平台账户（24小时内） 银行卡：退回银行卡（3-7个工作日）

信用卡：退回信用卡（5-10个工作日，根据银行） 特殊情况处理：

部分退款：协商确认后退款 先行赔付：特殊情况可申请先行赔付

退款失败：核对账户信息，重新发起

第七章：客户关系维护

7.1 客户分层服务

客户分层及服务策略： 新客户：重点介绍平台优势和首次购物优惠
活跃客户：推荐新品和专属优惠，维护关系 忠诚客户：提供VIP服务，优先处理问题
沉默客户：唤醒优惠，推荐感兴趣商品 投诉客户：重点关注，解决后回访确认
客户价值识别： 消费金额、频次、品类偏好 互动活跃度、评价积极性
潜在需求和消费能力

7.2 会员权益说明

会员等级及权益： 普通会员：基础购物、积分累计 银卡会员：生日礼包、专属客服
 金卡会员：折扣优惠、优先发货 铂金会员：专属折扣、免费退换
钻石会员：专属服务、优先处理、年度礼品 积分政策： 购物积分：每消费1元积1分
评价积分：优质评价额外奖励 签到积分：每日签到获得
积分使用：抵现、兑换、抽奖

7.3 客户回访规范

客户回访类型和时机： 购买后回访：确认收货，询问使用体验（购买后7天）
售后回访：确认问题解决情况（售后处理后3天） 节日问候：生日、节假日祝福
唤醒回访：长期未购客户优惠邀请 流失挽回：流失客户专属优惠召回 回访注意事项：
 选择合适时间（避开休息、就餐时间） 控制通话时长（3-5分钟为宜）
使用规范话术，尊重客户意愿

第八章：常见问题解答

8.1 商品相关问题

Q1：商品是正品吗？

A：平台所有商品均为正规渠道进货，支持防伪查询，提供正规发票。

Q2：商品有异味正常吗？ A：新商品可能有轻微气味，属正常现象，通风放置即可消除。如气味刺鼻且持久不退，可申请退换货。

Q3：色差问题如何处理？

A：因光线和显示器差异，可能存在轻微色差。如与描述差异过大，可申请退换货。

Q4：尺码不合适怎么办？

A：提供尺码表参考，建议测量后选择。如收到后尺码不合适，可在7天内申请换货。

8.2 物流相关问题

Q5：多久能发货？

A：常规商品48小时内发货，预售商品以页面时间为准，急单可备注加急。

Q6：物流太慢怎么办？ A：查询物流进度，如确实异常，可联系客服催促或申请延误补偿。
· 恶劣天气/不可抗力需解释。 Q7：快递丢失怎么办？

A：联系客服核实，24小时内回复处理方案。核实丢失后，可补发或全额退款。

Q8：能指定快递吗？ A：可备注需求，尽量安排。如指定快递有额外费用，需客户承担。

8.3 支付与发票问题

Q9：支付失败怎么办？

A：检查网络和支付账户，更换支付方式或重新操作。如多次失败，联系客服协助。

Q10：可以开发票吗？

A：支持电子发票和纸质发票，下单时选择填写。发票内容根据商品类型开具。

Q11：发票抬头错了怎么办？ A：可在收货前修改，收货后需寄回原发票作废后重开。

Q12：支持货到付款吗？ A：部分商品支持货到付款，具体以商品页面说明为准。

第九章：服务用语规范

9.1 礼貌用语标准

- 基本礼貌用语： 问候语：您好、早上好、下午好、晚上好
结束语：感谢您的咨询/祝您生活愉快/期待再次为您服务
请托语：请稍等/请您提供/麻烦您 致谢语：谢谢您的理解/感谢您的配合
致歉语：非常抱歉/给您带来不便/请您谅解 称呼用语： 通用：您好、朋友
了解姓氏：X先生/女士 年长者：您 年轻客户：可以适当使用"你"增加亲切感

9.2 禁忌用语

- 绝对禁止使用的用语： 推诿用语：这个不归我管/你去找别人/我不知道
冷漠用语：就那样/自己看/没办法 指责用语：是你自己弄错的/这怎么能怪我们
讽刺用语：您可真是专业/这您都不懂 催促用语：到底买不买/能不能快点
否定用语：不可能/不行/没有 粗俗用语：任何脏话、方言俚语 应该避免的用语：
模糊用语：可能吧/大概/也许 绝对用语：绝对保证/100%没问题
专业术语：过多使用客户听不懂的行业术语

9.3 情境话术示例

- 客户咨询时： "您好，欢迎光临！请问您想了解哪款商品呢？"
"这款商品的特点是XXX，非常适合您的需求。" "目前店铺有满减活动，非常划算哦！"
客户议价时： "非常理解您的心情，不过我们已经是最低价了。"
"现在下单可以赠送您一份精美礼品呢！" 客户投诉时：
"非常抱歉给您带来不好的体验，我们马上为您处理。"
"感谢您的反馈，我们会尽快改进。" 解决问题后：
"问题已经为您解决了，请问还有其他需要帮助的吗？"
"感谢您的理解与支持，祝您生活愉快！"

第十章：KPI考核标准

10.1 核心考核指标

客服人员核心KPI指标： 响应时效：首次响应时间≤3分钟
解决率：问题一次性解决率≥85% 满意度：客户满意度评分≥4.5分（5分制）
投诉率：投诉率控制在≤2% 首次响应率：首次响应率≥95%
订单转化率：咨询转订单转化率≥30% 考核周期： 日报：每日数据汇总
周报：每周数据分析 月报：每月绩效考核评定

10.2 绩效奖励机制

绩效奖励制度： 月度之星：月度KPI排名第一，获得奖金500元
服务之星：连续3个月满意度满分，获得晋升加分
最佳转化：订单转化率超目标20%，获得额外奖励 零投诉月：当月零投诉，奖励200元
 优秀团队：团队整体指标达标，团队奖励聚餐一次 晋升通道： 客服专员 →
高级客服 → 客服主管 → 客服经理 每级晋升需达到对应KPI标准和任职资格

10.3 常见问题改进

常见问题改进措施： 响应慢：增加客服人员，优化排班，启用智能客服分流
解决率低：加强产品知识培训，建立疑难问题快速通道
满意度低：优化服务态度，定期回顾差评案例
投诉率高：分析投诉原因，从源头解决问题 培训提升计划：
新人培训：产品知识、系统操作、服务话术（1周）
技能提升：案例分析、情景模拟、优秀话术学习（每月）
高级培训：投诉处理、客户心理分析、团队管理（每季度）

附：商品数据测试说明

测试数据说明： 本手册配套的商品数据测试文件（商品数据测试.csv）包含30条示例商品数据，涵盖8个主要品类： 服装鞋帽（4条） 数码电子（4条） 家用电器（4条） 家居日用（3条） 美妆个护（3条） 食品生鲜（3条） 母婴用品（3条） 运动户外（6条） 数据字段说明：
基础字段：商品ID、名称、品牌、价格、成本价、库存、销量、评分、发货地、产地等
扩展字段：根据不同品类包含材质、规格、容量、功效等特有属性 使用场景：
客服培训演练 系统功能测试 数据分析演示 流程模拟测试