

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 ☐ 解释优惠券、满减、赠品等优惠规则 ☐
说明会员等级对应的优惠政策 ☐ 提醒即将到期的优惠活动（限时限量） ☐
解答关于价格保护政策的疑问

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. | 倾听致歉：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 | | <input type="checkbox"/> | |
| 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天内申请退换货。

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