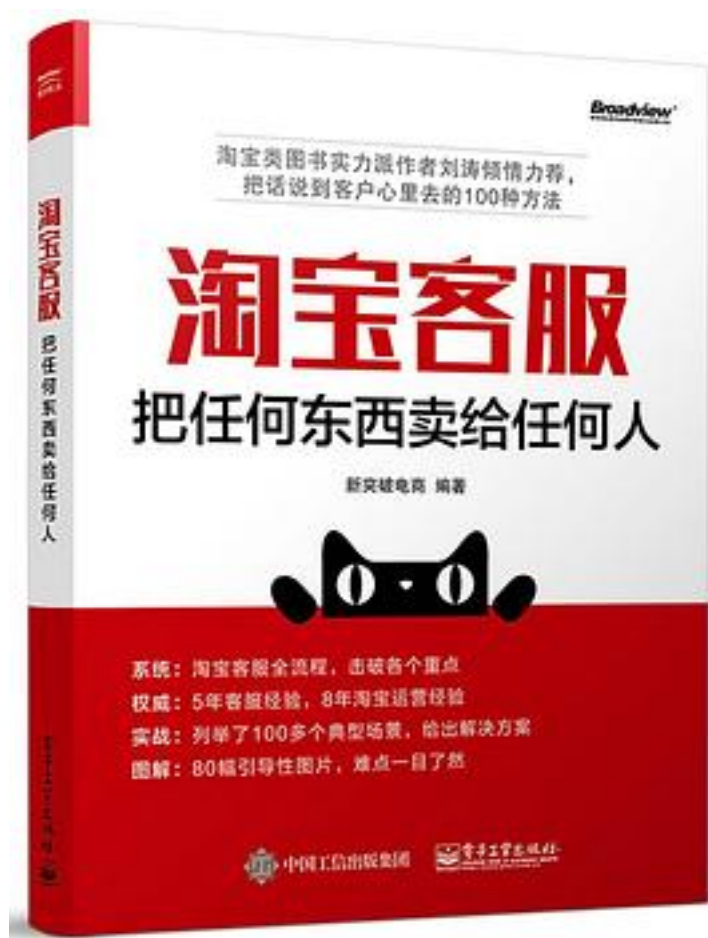


淘宝客服：把任何东西卖给任何人



[淘宝客服：把任何东西卖给任何人_下载链接1](#)

著者:新突破电商

出版者:电子工业出版社

出版时间:2017-3

装帧:平装

isbn:9787121308932

《淘宝客服：把任何东西卖给任何人》是一本关于淘宝客户的图书，目前针对所有的淘宝经营者、客服人员。《淘宝客服：把任何东西卖给任何人》共15章，讲述了淘宝客户的全部工作流程。例如，淘宝客服职业在电商市场的走红；淘宝客服工作必备的心理学的

知识；客服工作的整个流程；赠送礼物的三种方法以及礼物的四种类型；淘宝客服在售中以及售后过程中对物流问题的处理；淘宝客服在工作过程中使用电话与客户沟通的技巧；如何获得客户100%好评以及如何处理中差评让客户修改成好评的方法。

刚刚从事淘宝客服工作的新手们会发现一个问题，从网上四处搜索资料得到的经验可能并不适用于自己。比如，你可能看到别家客服总是打招呼说“亲，有货的，直接拍就可以了！”或者是“亲，有什么可以帮你吗？”，然而如果你按部就班，也像这样做，结果却并不尽如人意。

针对这种情况，《淘宝客服：把任何东西卖给任何人》所总结的经典开场白针对具体的情景制定了特定的开场白方式，可以有效吸引住客户。例如，逢人就赶型的开场白适用于面对客户刁难的情景。比如，客户说你家产品太贵，你可以表示无法退让，然后让客户去别家看看，货比三家，然后再做出购买决定。一般来说，这种答案可以让客户信服，并成功促使其下单。

除此之外，《淘宝客服：把任何东西卖给任何人》还从掌握客户心理、产品介绍、赞美客户、消除顾虑、应对讲价、刺激成交、赠送礼物、紧跟物流、电话沟通、争取100%好评、处理中差评、处理退换货、处理投诉十三个方面展开讲述，告诉淘宝客服人员应该如何与客户沟通，如何用口才和技巧来处理与客户沟通中遇到的各种问题。淘宝客服人员可以有针对性地进行学习，有效提升自己的工作能力，并创造出出色的业绩。

作者介绍:

目录: 第1章 电商时代的新产物——淘宝客服 1

1.1 淘宝客服的定义 1

1.2 让店铺人性化 5

1.3 影响店铺成交量 6

1.4 提供增值服务 7

1.5 阿里巴巴平台托起的新职业 8

1.6 电商崛起，“2016年第一网红” papi酱都入驻淘宝 11

1.7 “双十一”大战，淘宝客服功不可没 12

第2章 欲“攻城”，先“攻心”：掌握客户十大心理 16

2.1 从众心理，抓住客户致命弱点 16

2.2 好奇心理，巧用个性包装 18

2.3 逆反心理，不要强迫客户做决定 19

2.4 求“实惠”心理，设计性价比 21

2.5 求“便宜”心理，折价促销 23

2.6 求“安全”心理，派送试用品让客户先体验 25

2.7 求“方便”心理，送货上门 26

2.8 求“新潮”心理，推陈出新引领时尚 28

2.9 求“面子”心理，品牌为产品加分 29

2.10 对稀少产品的渴求心理，制造短缺现象 31

第3章 “勾引”客户的十大经典开场白 34

3.1 套近乎型 34

3.2 佩服惊讶型 35

3.3 逢人就赶型 35

3.4 风趣幽默型 36

3.5 始终如一型 37

3.6 热心帮忙型 37

3.7 东拉西扯型 38

3.8 善于倾听型 39

3.9 关门打烊型 39

3.10 忽忽悠悠型	40
第4章 产品介绍，把握交易关键步骤	41
4.1 摸清客户需求，参考马斯洛需求层次理论	41
4.2 找到客户兴趣点，有针对性地介绍产品	44
4.3 突出产品卖点，将优势放在开头	45
4.4 说明产品备受追捧，人气排名更有说服力	48
4.5 证明产品优质，具体案例可信度更高	53
4.6 回答客户疑问，30秒内回复	55
4.7 帮助客户理解，不使用专业术语	58
4.8 让客户信服，不夸大其词	60
第5章 巧用赞美，拉近客户距离	64
5.1 通过赞美让客户得到被重视感	64
5.2 真诚的赞美最难以抗拒	66
5.3 有针对性的赞美：头像、身材或所在地	70
5.4 通过第三方赞美增强可信性	73
5.5 赞美要把握分寸，恰到好处	74
5.6 给客户戴高帽，让客户走进“圈套”	77
5.7 积累常用的赞美语言	79
第6章 客户迟疑，给客户吃下定心丸	83
6.1 产品质量有无保证	83
6.2 产品颜色是否有误差	86
6.3 产品尺寸如何选择	88
6.4 产品样式是否过少	90
6.5 产品是否包邮	91
6.6 发货时间是否在24小时内	93
6.7 到货是否及时	94
6.8 产品是否包退换	95
6.9 售后问题是否能及时处理	96
第7章 客户讲价十大对策	99
7.1 比较法：与同类产品比价格	99
7.2 拆散法：说明产品组件价格	101
7.3 平均法：将投资平均到每一天	103
7.4 赞美法：夸赞客户品位高	103
7.5 得失法：虽然价格高，但是附加功能多	105
7.6 底牌法：表明已经是最低价位	107
7.7 诚实法：表明便宜没好货	110
7.8 分析法：综合分析价格、品质与售后服务	113
7.9 转向法：客观讲述同类产品弱势	115
7.10 提醒法：提醒客户假货泛滥，不要只看价格	117
第8章 临门一脚，提升成交率	119
8.1 限时促销，表明订购时限	119
8.2 限量发售，表明数量有限	120
8.3 优惠力度，表明随时恢复原价	122
8.4 赠送运费险，让客户安心	124
8.5 制造恐惧心理，迫使客户成交	126
8.6 步步紧逼提问，解决客户顾虑	129
第9章 赠送礼物，提升客户满意度	131
9.1 买一赠一：吃定贪心客户	131
9.2 优惠券：让客户养成成瘾性消费习惯	133
9.3 买就送：推广关联品	135
9.4 潮流礼：情人节送两颗巧克力	137
9.5 温情礼：给孕妇送婴儿用品	139
9.6 趣味礼：买零食送假面包	139
9.7 小样礼：护肤品销售必备	140

第10章 紧跟物流，不让客户等	142
10.1 选择靠谱的物流公司合作	142
10.2 给客户留言物流状态	144
10.3 客户急催发货	149
10.4 客户收到货物少件	150
10.5 客户称发错货	152
10.6 客户抱怨物流慢	154
10.7 客户反映货物受损	155
第11章 电话沟通技巧	158
11.1 常备笔和纸，做好过程记录	158
11.2 策划通话内容，保证3分钟之内讲完	161
11.3 主动称呼客户的名字	164
11.4 讲话时姿势端正，面带微笑	166
11.5 灵活掌握语速，视客户而定	167
11.6 不使用简略语和专业术语	170
11.7 确认信息，防止听错	171
11.8 设置结束语，与客户礼貌道别	172
11.9 在客户之后挂电话	174
第12章 让客户主动100%好评策略	176
12.1 查看客户好评率	176
12.2 了解客户对产品与服务期望	179
12.3 耐心解决客户疑问，为其出谋划策	182
12.4 提供赠品等超预期惊喜	183
12.5 设置好评返现或好评有奖等活动	184
12.6 售后问题不推诿	187
12.7 电话回访，提醒客户好评	189
第13章 处理中差评问题，让差评师无话可说	190
13.1 选择合适的时间点与时机联系客户	190
13.2 认为产品是假货	195
13.3 对产品不满但不愿承担退货运费	195
13.4 担心拿不到退款	196
13.5 嫌补偿金额少	196
13.6 对操作步骤不熟悉	197
13.7 职业差评师攻防策略	197
第14章 处理退换货问题，最大程度降低损失	202
14.1 提供“七天无理由退货”服务	202
14.2 处理运费争议：谁过错，谁承担	204
14.3 指导客户进行退换货操作	208
14.4 延迟发货退款案例	211
14.5 七天无理由退货案例	211
14.6 质量问题退货案例	212
14.7 店铺红包售后退款案例	213
14.8 产品优惠券退款案例	213
14.9 支付宝红包退款案例	213
14.10 免单产品退款案例	214
第15章 处理客户投诉，挽回客户的心	215
15.1 第一时间联系客户	215
15.2 了解投诉原因是产品还是服务	216
15.3 耐心倾听客户抱怨	218
15.4 向客户致歉，平息客户愤怒	221
15.5 解释问题出现原因以及改正方法	223
15.6 切忌恼怒、与客户争辩	224
15.7 提供多元化补偿措施	226

• • • • • [\(收起\)](#)

[淘宝客服：把任何东西卖给任何人_下载链接1_](#)

标签

销售

互联网

淘宝客服书

淘宝

1

评论

[淘宝客服：把任何东西卖给任何人_下载链接1_](#)

书评

[淘宝客服：把任何东西卖给任何人_下载链接1_](#)