

# 客服对绩效的重要性

## 课程路径图及内容

5.1

### 影响卖家绩效的客服指标

您将了解影响卖家绩效的各个指标。

5.2

### 如何处理客户退换货

您将了解如何改善退换货问题的处理。

5.4

### 如何提升客服的体验

您将了解提升客户体验与运营效果的技巧。

5.3

### 如何有效处理差评

您将了解得到好评的实战技巧。

5.5

### 了解亚马逊客户服务 (CSBA)

您将了解如何通过亚马逊客户服务来解决客服方面的难题。



# 目录

<b>4. 如何提升客服的体验?</b> .....	<b>2</b>
<b>4.1 海外客服体验案例分享</b> .....	<b>3</b>
<b>4.2 掌握客户服务的基本工具</b> .....	<b>7</b>

## 4.1 海外客服体验案例分享

在处理海外客服问题时，您应该关注以下几点内容：



理解目标客户地区的  
文化差异



重视与客户的约定



理解目标客户地区的  
生活方式差异

接下来，亚马逊将带您一起看一些具有典型特征的海外客服体验案例。

## 案例一：性别用语导致的问题



### 1 事件背景

这是发生在亚马逊英语客服的真实案例，当时，客服正在聊天窗口中服务着一位名叫 Clare 的北美客户。

### 2 事件经过

因为客户的名字看起来很女性化，客服为了表示亲切这样说：

Miss Clare, what can I do for you?



客户为此感到非常生气，而客服也是一头雾水。在同一季度中，客服又因为这个原因而遭到投诉。

### 3 事件结果



后来才知道，在美国社会中需要在 LGBT (Lesbians 女同性恋, Gays 男同性恋, Bisexuals 双性恋者, Transgender 跨性别者) 问题上保持关注。所以客服人员需要避免由于下意识地性别判断，而对客人性别产生了不必要的冒犯。最简单而亲切的方式，是称呼对方的姓名，如：Hi Clare, what can I do for you?

### 对指标的影响

客户感到被冒犯而选择投诉，客户服务评分（CSR）低分。



## 案例二：未能遵守客户约定导致的问题



### 1 事件背景

这是亚马逊德语客服遇到的真实案例，某天一位德国亚马逊客户因一直无法查询到物流信息，来联系客服尝试确认他在上周下单的某个商品的物流情况。

### 2 事件经过

德国客户联系客服说他有一个东西应该明天会送到，但是一直查不到物流信息。客服经过查询后回答：

您好，商品的物流我们需要跟物流公司确认一下，待查询后我会在下午3点给您一封邮件更新物流情况。



邮件于下午4点12分发送



约好了时间回复我邮件，结果没有。之后收到的邮件告知我东西明天也无法送达，我觉得这完全不可接受！

竟然遭到了投诉？客服心里想，有那么严重吗？

### 3 事件结果



后来才知道，虽然商品延迟对于任何国家的客户来说都是难以接受的，但对于德国的客户来说，严守约定几乎是刻在了他们 DNA 里。他们处事严谨，每个人都有一本约定各种日期的日程表。如果连约定好的邮件回复时间都做不到，这个服务本身是完全不可接受的。记得通过日程表工具来提醒自己，承诺德国客户的待办事项。

#### 对指标的影响

客户因客服未能守约，体验不佳而选择投诉，客户服务评分（CSR）低分。



## 案例三：不了解客户生活方式导致的问题



### 1 事件背景

这是亚马逊日语客服的真实案例，买家购买了疫情期间使用的大型隔离板，在收到商品之后认为商品质量不好，不符合预期要求退货退款。

### 2 事件经过

客户联系客服反馈东西到货了，但是存在很明显的质量问题，他想要退货。客服回复道：

基于政策，这边不需要您退货了，我们赠送给您，您不需要的也可以丢掉。



客户非常生气：



我就那么想要这个免费的东西吗？明明是产品问题，为什么我要花钱把它丢掉？

客服心里疑惑，明明是白赠送了客户，他为什么反而这么生气？是哪里做错了吗？

### 3 事件结果



后来才知道，日本人若要回收家用电器及其他一些生活物品时，是需要向废品回收公司支付处理费用的。所以“丢掉”对他们意味着“又花钱”。所以处理退货事件，要非常注意语气及处理过程，在适当的时候甚至需要加上道歉的话术。

### 对指标的影响

未能结合客户实情进行合理的退货处理，导致退货相关联系率上升，客户服务评分（CSR）低分。



## 4.2 掌握客户服务的基本工具

看过上面的例子，是否在您店铺的客服工作中也发生过类似的事件呢？正如之前的例子中提到的，不了解海外市场可能会在意外的地方碰到想不到的困难，而亚马逊在客服领域有着极强的专业能力，接下来将向您分享一些来自亚马逊的常用客服技巧和工具：

### 4.2.1 客户需求记录表

提高响应时间的另一个诀窍，就是将客户常问的问题详实记录下来。详细的问题记录，一方面可以帮您回忆尚未解决的问题；另一方面，若是看到反复出现的问题，您可以更快速的给到客户标准的回复。以下是一种记录表的模板：

NO.	咨询时间	订单编号	发货日期	承运商	商品编码	需求记录	是否解决	第一级原因	第二级原因	第三级原因

接下来就通过一个真实的案例，让您能够具体了解客户需求记录表发挥的作用。

## 案例一：使用客户需求记录表



### 1 事件背景

卖家李先生是公司亚马逊日本账户的负责人，每天登录卖家中心都会看到大量的买家咨询，每天都在不停的回复各式各样的买家咨询。但是还是有很多客户选择了交易索赔，导致账户被暂停使用。

### 2 事件经过

李先生开始用心学习亚马逊关于客户服务的内容，对遇到的咨询和问题进行详细的分类整理，针对不同类别的问题制定对应的应对方式，改善出了一套标准的服务流程和沟通模板。



### 3 事件结果

李先生对于客服问题地应对方式更加灵活，有效的解决了买家问题。

### 对指标的影响

账户的订单缺陷率（ODR）从之前的**0.8%**降低到了**0.5%**。



## 4.2.2 设计问题分类/解决方案

在上面的记录表中，“原因分类”这一部分也许给您造成一些阻碍，以下是一份可作为参考的原因分类方式：



分类一般最多分成三层，可以从售前与售后两大类出发，售后可包含退货退款、发错货、物流配送问题、商品质量问题等。具体的分类，还是要按照您的业务特性来决定。

设计问题分类还有一个好处，就是可以帮助您制订配套的解决方案。前面有提到过，如果通过记录表得知客户反复在相同问题上提出需求，无论是否立即解决，您都可以有以下两个答复选择，以便及时回复客户，提高响应效率：

- 若能解决，您可以为这个问题类别设计解决方案；
- 若不能解决，您可以设计回复话术模版。



接下来就通过一个真实的案例，让您能够具体了解设计问题分类/解决方案所发挥的作用。

## 案例二：设计问题分类/解决方案



### 1 事件背景

卖家王先生在亚马逊日本站经营着一家健身器材店，主要经营的商品都是一些大件商品。本来销量就偏低，但是却有着很高的退换货率，每件商品的退货运费几乎都超出了商品的价值，导致王先生苦不堪言。每次都不厌其烦地给买家解释商品的问题其实只是一些小的使用问题，但是依然无法说服客户保留商品。

### 2 事件经过

在亚马逊客户服务团队的帮助下，王先生制定了一套完整的沟通方案，针对不同的商品问题，计算退换货损失后，提供了不同的解决方案。如提供部分退款和让利，以及在页面设置更加专业的使用说明介绍。



### 3 事件结果

王先生账户的退换货率出现了明显的下降，店铺的利润得到了有效的提升。



### 对指标的影响

退货相关联系率从最初的7%降低到了如今的不到3%。



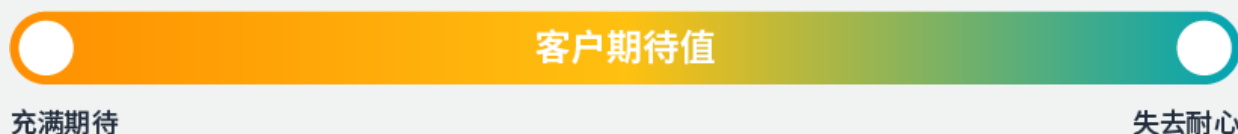
### 4.2.3 设定跟进/定时回复时间

如果您暂时无法做到及时的售后响应，那么定时、定期的回应会是一个绝佳的解决方案。设定固定的回应周期与节奏，可以控制客户对商家回应的期待值。比如您可以在每天固定的时段回复客户，并且在回复中告知您的响应时间。亚马逊建议您**在24小时内回复买家的所有电子邮件消息**，以保障最佳的客户体验。

 买家来信时间点

 卖家回复时间点

 卖家固定回复时间点



 回复时间点1：  
虽然回复不太及时，难以保证客户十分满意，但期待值还能控制。

 回复时间点2：  
第二天客户能看到回信，虽不及时，但期待值仍在可控范围之内。

接下来就通过一个真实的案例，让您能够具体了解设定跟进/定时回复时间所发挥的作用。

## 案例三：设定跟进/定时回复时间



### 1 事件背景

卖家陈先生独立运营店铺，每天都会在完成配货发货后，回复买家的咨询，尽管已经很耐心的回复了买家的问题，但是很多时候，买家都反馈店铺的服务质量很差。因而导致账户的差评率始终维持在50%左右，页面曝光率以及销量都很低。

### 2 事件经过

陈先生于2020年6月加入了亚马逊客户服务。亚马逊客服团队除了常规的客服工作，使用了包括定时跟进、问题记录、问题分类、配套方案及需求跟进等多项专业方式及工具完善了陈先生店铺的服务。



### 3 事件结果

通过3个月的专业客户服务，曝光率及销量都有了明显的提升。

### 对指标的影响

店铺的客户评分（CSR）提升到了89%，陈先生店铺指标30天数据对比如下：

指标	加入前30天数据	加入后30天数据
好评	59%	89%
中立	5%	2%
差评	36%	9%
回复数	21	47



## 4.2.4 利用历史数据优化运营

大家都希望把生意越做越好，那么您不单需要从销量来看店铺的经营，更要从用户角度出发，从客服的需求分析，才是把生意越做越好的关键！如果您能把客户服务记录通过电子表格来整理，那么就可以开始分析工作，开启数据的潘朵拉宝盒，客户的需求将会告知您店铺经营的方向，比如：

- 上个月客户来电最多的问题类型是什么？
- 上个月出现问题最多的商品是什么？
- 上个月客户反馈最频繁的意见是什么？

以电子表格实操为例，不管是用的是 Excel 还是 Number 都行，下方就是您店铺日积月累的客服需求记录数据，通过软件自带的图表分析工具能做到一些有意思的统计。

通过电子表格整理前：

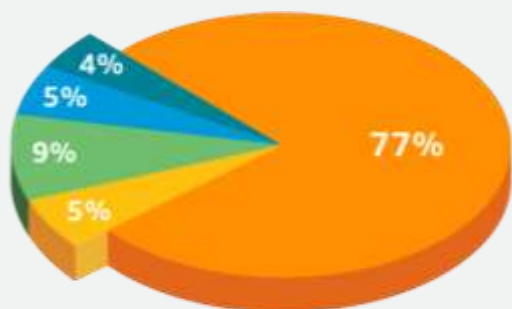
订单编号	第一级原因	第二级原因
B084ZDG1N4	我的包裹在哪里？	配送延误
B084ZJG3QF	我的包裹在哪里？	配送延误
B084ZJJ833	我的包裹在哪里？	配送延误
B084ZJRF1T	退货/退款	退款金额有差异
B08519LNRN	我的包裹在哪里？	配送延误
...	...	...

通过电子表格整理后：

• 商品咨询量占比统计表

咨询商品排序	咨询商品编码	咨询量占比	客户满意度	配送相关咨询占比	订单取消咨询占比	退货退款咨询占比	缺陷商品咨询占比
1	B089YSTPSP	5.82%	100%	73.33%	0.00%	6.67%	0.00%
2	B089CKBNNK	6.60%	100%	76.47%	5.88%	0.00%	0.00%
3	B0897OYRYG	6.73%	100%	53.85%	0.00%	11.54%	5.77%
4	B0831J1BPL	3.88%	100%	60.00%	0.00%	10.00%	0.00%
5	B08519LNRN	4.66%	100%	33.33%	0.00%	16.67%	0.00%

• 商品咨询问题分类统计图



- 配送相关咨询占比
- 订单取消咨询占比
- 退货退款咨询占比
- 缺陷商品咨询占比
- 订单确认咨询占比



# 恭喜您完成本课程的学习

接下来有更多学习内容等着您

## 课程路径图

5.3 如何有效处理差评

5.4 如何提升客服的体验

5.5 了解亚马逊客户服务 (CSBA)



动动手指，一键点亮页面右下角的“👍”  
让我们为您带来更多实用的学习资料！



请扫二维码填写课程反馈  
让我们持续优化您的体验

## 延伸学习课程



### 开店前了解亚马逊销售政策

- 亚马逊销售政策及账户健康管理
- 客服对绩效的重要性

除了本章的如何提升客服的体验相关内容，客服对绩效的重要性系列中还有更多内容等着你，别忘了持续学习更多...



扫码了解更多



### 官方讲堂-店铺合规宝典： 不踩红线巧避坑

#### 手把手带您读懂合规政策要求

覆盖产品/运营2大合规课题，避免商品违规下架及救回受限帐户。



### 官方讲堂-账户健康

#### 安全运营避免账户受限

带您全面梳理产品合规与侵权，提供运营建议，解决账户受限问题。



扫码了解更多