

# 《网络客户服务与管理》课程标准

## 一、课程基本信息

《网络客户服务与管理》课程的基本信息见表 1。

表 1 《网络客户服务与管理》课程基本信息

课程名称	网络客户服务与管理	课程代码	GL227013
适用专业	电子商务	授课学期	第 2 学期
总学时	40	学分	2.5

## 二、课程性质及任务

《网络客户服务与管理》是我校电子商务专业的专业核心课程，对学生电子商务职业能力的培养起着重要的支撑作用。课程教学的主要目的是在学生已经具备一定的电子商务基础知识和商品知识的基础上，通过本课程的学习，让学生能够深入理解网络客户服务与管理的理念及其在电子商务中的地位与作用，掌握具备现代企业网络客户服务与管理岗位所需的相关知识与技能。

本课程基于网络客户服务与管理工作任务设计，让学生能够熟练掌握网络客户服务与管理的日常工作，能够独立进行客户分析、沟通客户、处理客户投诉、培育忠诚客户、管理客户关系等网络客服基本技能。该课程的学习强调实战化，所有教学项目基于真实的电子商务项目开展。因此，本课程包含的知识技能是从事网络客户服务与管理、电子商务营销等电子商务相关工作必备的核心技能。

与本课程相关的前导课程有：《电子商务基础》、《商品信息采集与处理》。本课程对于提升学生的网络客服能力等实际工作技能有着极为重要的意义，并为后续的、《网络营销与策划》、《电商数据分析实训》、《电商消费心理学》等课程打下一个良好的基础。

## 三、课程思路

### （一）课程内容选择标准

《网络客户服务与管理》课程的设计紧紧围绕本校电子商务专业的人才培养方案及电子商务行业应具备的通用能力和专业技术能力要求，结合专业课程体系并融入国家“1+X”职业技能等级证书的内容作为本课程的参照和选择标准。在课程思政教学实践中，本课程充分考虑学生的知识结构、理论水平和应用能力要求，按照教育部颁布的《高等学校思想政治理论课建设标准》，从诚信品质、职业道德、责任意识、敬业精神、社会责任等方面，将网络客户服务与管理理论知识与思想政治教育相结合，全面提高学生的综合素质。

## （二）课程内容设计思路

《网络客户服务与管理》是一门实践性极强的课程，本课程设计思路是以现代企业网络客户服务岗位工作任务为逻辑线索，以项目课程开发理论为指引，采取“任务驱动”的教学方法并遵循“任务引领、讲练一体”的原则，以课程项目为引领来构建学习情景，通过完成具体工作任务来学习相关的专业知识，将知识传授、职业能力培养有机结合起来，真正贯彻“做中学，学中做”的教学理念。

《网络客户服务与管理》的主要教学内容包括：网络客户服务与管理岗位认知、走进客户服务、认识网络客服、为买家提供完美的售前体验、为买家提供满意的售后体验、买家满意度与忠诚度管理、构建金牌客服团队等项目。每个项目以能完成某项工作岗位任务为目标，一个项目又分解成多个技能学习任务。课程内容组织重点突出对目标职业能力的训练，理论知识的选取则紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，既要满足高职教育对职业技能要求，同时兼顾相关专业知识学习以及“1+X”职业技能等级证书所需技能的学习。本课程共安排了 40 个课时，理论与实训比例为 1:1。

## 四、教学目标与要求

本课程培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，较强的就业能力和可持续发展能力，面向客户服务岗位的电子商务专业技术人员职业群，能从事网络客服专员、客服经理等工作的高素质技术人才。

### （一）教学目标

#### 1. 思政目标：

（1）将习近平新时代中国特色社会主义思想、社会主义核心价值观和中华优秀传统文化教育内容融入到本课程的教学要求中，激发学生的主人翁精神，提高民族自豪感；

（2）.通过对网络客服与管理中的成功案例的剖析，激发学生学习兴趣，培养学生诚实、守信、坚忍不拔的性格，提高学生的沟通表达能力、自我学习能力和团队协作能力；

（3）.培养学生正确的劳动观、技能观，绝不利用自己的技能去从事危害公众利益的活动，鼓励学生利用自己的所学的专业知识，积极参与国家政策宣传与推广、社会科学普及等有益活动；

（4）.培养学生的工匠精神，在潜移默化中培育社会主义核心价值观，不断提高学生综合职业素养；

（5）具备强烈商业信誉观，具备良好的团队协作意识；

(6) 具备吃苦耐劳的意志品质, 细心、注重细节、有耐心、热情帮助顾客解决问题, 积极乐观, 能够承受工作压力。

## 2. 知识目标:

- (1) .掌握必备的思想政治理论, 科学文化知识和中华优秀传统文化知识;
- (2) .熟悉与本课程有关的法律法规以及环境保护、安全消防等相关知识;
- (3) . 掌握分析目标客户的主要方法;
- (4) .掌握沟通客户的需求的知识与方法;
- (5) . 掌握推荐及卡单技巧和话术; 掌握解决消费者异议和投诉的技巧和话术;
- (6) .掌握顾客分级管理及关系管理的相关理论; 熟悉如何培育忠诚客户的方法, 能有效地管理客户;
- (7) . 了解电子商务企业对客服基本能力和心理素质的要求;
- (8) .了解客服团队建设的意义与方法。
- (9) .理解天猫等主要电子商务平台的基本规则; 掌握千牛工作台以及赤兔交易系统的基本操作; 熟悉天猫客服售前售中售后流程;
- (10) .了解网络客户服务与管理的发展趋向。

## 3. 能力目标:

- (1) .具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力, 具有良好的自学能力。
- (2) .具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力, 能熟练与客户进行沟通。
- (3) .能独立使用售前客服流程及相关话术完成天猫客服售前工作;
- (4) .能独立使用话术解决退换货问题, 能独立使用话术解决质量问题, 能独立使用话术解决物流问题; 具有灵活处理各种投诉的能力。
- (5) .能根据企业数据进行消费者价值计算, 能根据企业数据进行消费者分级与关系管理。
- (6) .具有较强的创新创业能力。具备跨文化交流与团队合作能力。

## (二) 教学要求

- 1. 教师应按教学大纲的规定, 全面地把握好课程深度、广度、教学进度和教学内容的重点、难点。
- 2. 任课教师要加强课堂管理, 对学生既要严格要求, 又要热情关心, 要求学生遵守课堂纪律。

## 五、课程结构与内容

### 1. 教学内容

《网络客户服务与管理》课程教学内容见表 2。

表 2 《网络客户服务与管理》课程教学内容

序号	项目/模块/任务	子项目/子模块/子任务	教学目标	教学内容	教学方法	技能点（纯理论课程本列可以不要）	学时
1	项目一 走进客户服务	任务一 客户概述	了解课程；了解客户定义；掌握客户的分类；能够对客户进行准确的分类。	客服岗位认知；客户的含义及其分类	讲授法 讨论法 任务驱动法		1
		任务二 客户服务	了解客户服务的主要内容。掌握优质客户服务的内容及构成要素。	客户服务的内容；优质客户服务的内容及构成要素。	讲授法 讨论法 任务驱动法		1
		任务三 实训：客户分类及优质客户服务	能对企业客户进行分类；能比较分析不同企业的优质客户服务	客户分类；优质客户服务	讲练法 实操法	能对企业客户进行分类；能对企业的优质客户服务进行概括。	2
2	项目二 认识网店客服	任务一 什么是网店客服	明确网店客服的含义、工作特点；认识网店客服的价值观；掌握网店客服的工作流程及工作内容；掌握客户服务人员的素质要求	网店客服的含义、工作特点；店客服的工作流程与工作内容；客户服务人员的素质要求	讲授法 讨论法 任务驱动法		2
		任务二 实训：千牛工作台以及赤兔交易系统的功能及基本操作	熟悉千牛工作台以及赤兔交易系统的功能及基本操作	千牛工作台以及赤兔交易系统的功能及基本操作	实操法 讲练法	能熟练使用千牛工作台以及赤兔交易系统	2
3	项目三 分析目标客户	任务一 分析产品服务	能正确分析产品或服务性能及特点；掌握产品或服务特色及优势分析的方法与技巧。	产品或服务性能及特点分析；产品或服务特色及优势分析	讲练法 讨论法 任务驱动法	能对企业产品或服务的性能特点及特色优势进行分析。	2

		任务二寻找目标客户	能识别客户群体；掌握整理客户资料的方法；能开展市场调查，发掘潜在客户；能利用网络渠道，开发目标客户。	识别客户群体；分析现有业务，整理客户资料；开展市场调查，发掘潜在客户；利用网络渠道，开发目标客户。	讲授法 任务驱动法 实操法	能结合案例，进行企业的客户开发。熟悉客户开发的流程、内容与技巧。	2
		任务三 实训：评估客户价值	掌握客户终身价值的含义及作用；明确客户分级管理的意义；掌握重点客户管理的方法与措施。	评估客户终身价值；客户的分级与管理；重点客户的判断与管理；企业客户价值的判断及服务策略的分析。	讲授法 实操法 任务驱动法	能计算客户终身价值；能对客户进行分级管理。	2
4	项目四 为买家提供完美的售前体验	任务一 商品推荐技巧	了解商品描述的方法，掌握商品推荐的技巧。	商品描述的方法、商品推荐的技巧。	讲练法 任务驱动法	能根据 FABE 法向客户推荐商品。	2
		任务二 在线沟通技巧	了解沟通的含义、作用以及沟通的基本方式；掌握在线沟通的技巧。	沟通的含义、作用以及沟通的基本方式；在线沟通的技巧	讲练法 任务驱动法	学会倾听技能的诊断与改善。	2
		任务三 消除买家顾虑与激发买家成交欲望	了解买家对商品的顾虑；掌握消除买家对商品的顾虑的方法；掌握激发买家成交欲望的技巧。	买家对商品的顾虑；消除买家对商品的顾虑的方法；激发买家成交欲望的技巧。	讲练法 实操法 任务驱动法	掌握通过话术消除买家顾虑，促成交易	2
5	项目五为买家提供满意的售后体验	任务一 商品物流管理	了解物流公司的选择标准；掌握商品包装原则及商品包装、发货的具体操作；了解商品物流短信服务的应用。	物流公司的选择标准、商品包装原则及商品包装、发货的具体操作、物流短信。	讲练法 任务驱动法		2
		任务二 退款率管理	了解商品退款原因	商品退款原因	讲练法	能正确计算	2

		与退货率管理	因；了解退款率、退款纠纷率的含义并会计算；掌握降低退款率的方法；了解退货的内容、退货率的含义与计算；能解决常见的退货问题。	因；退款率、退款纠纷率的含义及计算公式；退货率的含义与计算。	实操法 任务驱动法	退款率、退款纠纷率、退货率，并根据计算结果加强客服的管理。	
		任务三 评价管理	了解中差评的影响、类型；掌握中差评的产生原因及解决办法；明确增加商品好评率的技巧以及回复评价技巧；了解商品售后询问的效果。	中差评的影响、类型；中差评的产生原因及解决办法；增加商品好评率的技巧以及回复评价技巧	讲练法 任务驱动法	能正确处理网店遇到的中差评。能模拟网店对好评、追评的回复。	2
		任务四处理客户异议	了解客户异议的种类；分析异议产生的原因；明确异议处理的原则；确定异议处理的步骤；掌握异议处理的技巧。	客户异议的种类、产生的原因、处理原则、步骤；客户异议处理的技巧。	讲练法 任务驱动法		2
		任务五解决客户投诉	积极看待客户投诉；分析投诉产生原因；了解客户投诉种类；确定投诉处理流程；掌握投诉处理技巧。	客户投诉的意义；客户投诉产生的原因、处理流程与技巧。	讲练法 任务驱动法	掌握客户投诉处理思路、步骤、话术。	2
6	项目六 管理客户关系与培育忠诚客户	任务一 用心维系买家	了解提高对买家的响应速度的方法；能维系买家的禁忌；	响应速度、维系买家的禁忌	讲练法 实操法 任务驱动法		1
		任务二 买家维护经营	懂得如何经营客户。	如何经营客户	讲练法 实操法 任务驱动法		1
		任务三 培养买家忠诚度	了解买家的类型；理解客户忠诚度的含义；知晓客户忠诚度测评；掌握培育买家忠诚的方法。	买家的类型；客户忠诚度的含义；客户忠诚度测评；培育买家忠诚的方法。	讲练法 任务驱动法	掌握客户忠诚度的细分与管理方法。	2

		任务四 实训：企业客户关系建立及维护策略的调研与分析	掌握企业客户关系建立的方法、步骤、内容。	企业如何建立客户关系。	讲练法 实操法 任务驱动法	掌握建立客户关系的方法与技巧，能切实改善客户关系。	2
7	项目七构建金牌客服团队	任务一网店客服的工作压力及组织构成	了解网店客服的压力表现、心理压力产生原因及减轻心理压力的方法。	网店客服的压力表现、心理压力产生原因及减轻心理压力的方法。	讲练法 任务驱动法		1
		任务二开展网店客服培训	掌握网店制度培训、网店知识、工作技能培训的内容与要求，熟悉网店危机处理。	网店制度培训、网店知识、工作技能培训的内容与要求；网店危机处理。	讲练法 任务驱动法		1
		任务三 网店客服的考核体验	了解网店客服的考核内容与方法。	网店客服的考核内容与方法；	讲练法 任务驱动法	以某一网点为载体，设计客服考核指标。	1
		任务四网店客服能力提升体验	了解询单转化率与客价单的含义、计算公式，掌握提高询单转化率的技巧及提高客价单的方法。	询单转化率与客价单的含义、计算公式；提高询单转化率的技巧及提高客价单的方法	讲练法 实操法 任务驱动法	能以某一网点为载体，模拟提升询单转化率的具体方法。	1

## 2. 课程思政

《网络客户服务与管理》课程思政教学设计见表 3。

表 3 《网络客户服务与管理》课程思政设计

序号	知识点	思政目标	课程思政教学设计
1	了解课程内容与任务；明确网络客户与管理岗位的职责和应具备的职业能力。	增强学生对社会主义核心价值观的认同感。	通过网络客户服务与管理就业岗位前景的介绍，提升学生的兴趣，激发学生对社会主义核心价值观的认同感。
2	了解客户定义及其分类；了解客户服务	引导学生树立正确的服务思想、强烈	采用任务驱动法、案例教学法等教学方法，让学生深刻认识客户服务的本质是挖掘客户深层次需求，

	的主要内容；了解服务质量的内容。	的服务意识。	提升客户满意度。进而引导学生树立正确的服务思想、强烈的服务意识，即以满足客户需求为出发点，为客户提供个性化、定制化服务，真正做到以人为本，从而提升企业产品或服务质量、品牌价值及社会影响力。
3	分析目标产品、目标客户；开发目标客户。	弘扬与时俱进、锐意进取、勤于探索、勇于实践的改革创新精神	采用任务驱动法、案例教学法、作品展示法等教学方法，让学生切实体会“打铁还需自身硬”的道理，以及“知彼知己”的重要性，明白只有勤于走近客户，深入调查研究，勇于开拓创新，善于运用恰当的目标客户（群）开发方法，才能找准客户需求，成功开发目标客户，培养学生改革创新、开拓进取的时代精神。
4	客户异议的分析与处理	增强学生的忧患意识与危机意识。	采用情景模拟法、典型案例分析法、小组讨论法等教学方法，让学生深刻认知客户投诉对企业的意义，培养学生树立正确积极对待客户投诉的态度，自觉增强忧患意识与危机意识，勇于正视现实，直面危机，力求从客户的不满意中获得更多关于改进产品、改善服务的信息，从而做到未雨绸缪，防微杜渐，化异议为动力，化危机为契机。
5	优质客户服务的内涵及构成要素	弘扬爱岗敬业精神	采用案例分析法、小组讨论法等教学方法，让学生认识到优质服务更多依赖于客服人员的综合素质，从而引导学生爱岗敬业，锐意创新、开拓进取的职业精神
6	了解商品描述的方法，掌握商品推荐的技巧	开展诚信教育，遵循平台运营规范，及法律法规要求。	采用案例分析法、小组讨论法等教学方法，让学生认识到诚信对企业的意义，以及遵循平台运营规范、法律法规要求的必要性。
7	培育客户忠诚；管理客户关系。	树立全员客服、全岗位客服、全过程客服的服务理念，引导每位员工自觉实现其职业追求和价值目标	采用案例分析法、小组讨论法等教学方法，让学生深刻体会客服工作是一项日常性、精细性、长期性工作，贵在从点滴做起，引导每位员工自觉实现其职业追求和价值目标，并落实、落细到每项具体工作中去，持续提升客户服务水平，持续增进客户满意度。
8	掌握提高询单转化率的技巧及提高客单价的方法。	培育学生的社会责任感与担当意识、工匠精神。	采用案例分析法、小组讨论法等教学方法，让学生理解询单转化率的技巧，在推荐产品时，要把握客户需求、紧扣卖点，实事求是，力求将产品信息详尽、真实的展示给消费者。

## 六、实施和保障

### （一）教师要求

1. 在教学思想上，要充分体现学生的主体地位，以人的发展为本；要重视教



学过程，不仅教会学生“是什么”、“为什么”，更要让学生知道“怎么做”、“怎么用已有的知识拓展并获取新的知识”；要贯彻教学民主精神，通过课堂教学、课外活动等实践，培养学生自我学习、自我发现、自我探索的能力，为其终身发展打下基础。

2. 在业务素质上，教师要学习电子商务的最新专业知识，掌握最新的发展动态和趋势，具备网络客户服务与管理相关专业知识。要具备良好的基本功、广博的知识和文化素养，并具有一定的教育科研能力、对教学行为进行诊断、反思和改进的能力、对教学资源的评估、选编和增补的能力以及对学生的学习和发展进行评价的能力。

## **（二）实践教学条件要求**

1. 《网络客户服务与管理》是一门实践性强的专业核心课，必须配备配置相对较高的计算机，并提供互网络及相关软件。

2. 教学实训系统（包括上机训练、项目案例库、项目实训库及相应的指导书）要丰富完善，方便学生在线学习。

## **（三）教学方法建议**

1. 《网络客户服务与管理》课程按照高职教育特点积极探索行之有效的教学方法，并以学生为主体，综合考虑知识、技能、态度、素质四个能力要素；在课程组织实施上，大力实践“就业导向”的技能型教学模式，积极推进“教、学、做”一体化的模式，教学体现“教师为主导，学生为主体，训练为主线的原则”，着重培养学生的自主学习和项目设计开发能力，充分利用现代化教学手段和工具。

本课程教学内容知识系统全面、实践操作强，因此优先采用的教学方法和信息化手段包括：多媒体教学、案例教学法、情境模拟教学法、分组协作法、角色扮演法、结合项目教学法等实施教学任务，目的是通过案例和实际操作练习让学生熟练运用所学知识，并将知识内化。

### **2. 教学方式多样化**

（1）任务驱动：引用真实的网店客服项目，以工作过程为导向实施教学。

(2) 翻转课堂：课前在职教云等平台发布工作任务，学生通过平台进行课前学习，带着问题进课堂。

(3) 课堂教学：利用多媒体课件，进行理论教学，重点讲授基本知识、基本技能和应用。

(4) 实训指导：配合课堂教学，设计相应的实训案例，充分利用计算机进行教学实训。

(5) 课后交流：利用职教云、微信、QQ 等平台进行课后答疑

### 3. 学习任务工作化

围绕专业人才培养目标，结合网络客户服务与管理课程内容，将课程分为若干项目，每个项目又划分成若干个子任务，将每个学习任务转化成工作任务，实现知识、技能和工作一体化。

## (四) 教材选用和编写建议

### (1) 参考教材：

《客户服务与管理》，方玲玉主编，电子工业出版社；2014.8，ISBN978-7-121-23084-4

《网店客服》，白洁主编，北京邮电大学出版社；2019.6，ISBN978-7-5635-5355-6

(2) 建议编写教材时，应结合主参考教材，对内容进行项目化情景化处理，并结合学生实训情况配图进行说明。

(3) 对于涉及本专业岗位的实践活动，教材应以岗位的操作规程为基准，并将其纳入其中。

(4) 教材内容应不断拓展，并体现创新性、先进性、通用性、实用性，使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

## (五) 课程资源

1. 《网络客户服务与管理》课程教学资源主要有课程标准、授课计划、电子教案、教学课件、操作案例、教学视频、实训指导等。

2. 纸质教学资源：教材、参考书籍、技能抽查试题等。

3. 数字化教学资源：课件、教学视频、微课、鸿科经纬官网、博导官网、慕课、千牛软件、职教云平台、淘宝大学、高校课程思政数据库（试用阶段）：<http://sz.twbxyz.net/>。等。

## 七、考核与评价

本课程的考核由两部分构成

（一）平时成绩（占 40%）

包括出勤率（20%）、课堂表现与参与度（20%）、作业完成质量（20%）、实训课任务完成情况（40%）。

（二）卷面成绩（占 60%）

采用闭卷形式，卷面知识覆盖面在总体所学知识的 85%以上。

## 八、教学进程与安排

顺序	周次	授课章节与内容摘要	授课时数	教学目标	授课方式	教学方法	场地要求	作业安排
1	1	课程介绍 项目一 走进客户服务 任务一 客户概述 任务二 客户服务	2	了解课程；了解客户定义；掌握客户的分类；能够对客户进行准确的分类；了解服务的发展；了解客户服务的主要内容；掌握优质客户服务的内涵及构成要素。	理论讲授	讲授 讨论 任务驱动	多媒体教室	课 外 修 炼 1
2	1	项目一 走进客户服务 任务三 实训：客户分类及优质客户服务		能对企业客户进行分类；能比较分析不同企业的优质客户服务。	理实一体	讲练 上机 操作	机房	实 训 报告
3	2	项目二 认识网络客服 任务一 什么是网店客服	2	明确网店客服的含义、工作特点；认识网店客服的价值观；掌握网店客服的工作流程及工作内容。	理论授课	讲授 演示	多媒体教室	作 业 1
4	2	项目二 认识网络客服 任务二 实训：千牛工作台以及赤兔交易系统的功能及基本操作	2	熟悉千牛工作台以及赤兔交易系统的功能及基本操作。	理实一体	讲练 上机 操作	机房	实 训 报告

顺序	周次	授课章节与内容摘要	授课时数	教学目标	授课方式	教学方法	场地要求	作业安排
5	3	项目三 分析目标客户 任务一 分析产品服务	2	能正确分析产品或服务性能及特点;掌握产品或服务特色及优势分析的方法与技巧。	理实一体	讲授讨论	多媒体教室	作业2
6	3	任务二寻找目标客户	2	能识别客户群体;掌握整理客户资料的方法;能开展市场调查,发掘潜在客户;能利用网络渠道,开发目标客	理实一体	讲授任务驱动实操	机房	实训报告
7	4	任务三 实训:评估客户价值	2	掌握客户终身价值的含义及作用;明确客户分级管理的意义;掌握重点客户管理的	理实一体	讲授任务驱动	机房	实训报告
8	4	项目四 为买家提供完美的售前体验 任务一 商品推荐技巧	2	了解商品描述的方法,掌握商品推荐的技巧。	理论授课	讲练任务驱动	多媒体教室	课外修炼
9	5	项目四 为买家提供完美的售前体验 任务二在线沟通技巧	2	了解沟通的含义、作用以及沟通的基本方式;掌握在线沟通的技巧。	理实一体	讲练任务驱动	多媒体教室	作业3
10	5	项目四 为买家提供完美的售前体验 任务三 消除买家顾虑与激发买家成交欲望	2	了解买家对商品的顾虑;掌握消除家对商品的顾虑的方法;掌握激发买家成交欲望的技巧。	理实一体	讲授演示操作	机房	实训报告
11	6	项目五 为买家提供满意的售后体验 任务一 商品物流管理	2	了解物流公司的选择标准;掌握商品包装原则及商品包装、发货的具体操作;了解商品物流短信服务的应用。	理论授课	讲授讨论	多媒体教室	课外修炼
12	6	项目五 为买家提供满意的售后体验 任务二 退款率管理与退货率管理	2	了解商品退款原因;了解退款率、退款纠纷率的含义并会计算;掌握降低退款率的方法;了解退货的内容、退货率的含义与计算;能解决常见的退货问题。	理实一体	讲授演示讨论	机房	作业4
13	7	项目五 为买家提供满意的售后体验 任务三 评价管理	2	了解中差评的影响、类型;掌握中差评的产生原因及解决办法;明确增加商品好评率的技巧以及回复评价技巧。	理论授课	讲授任务驱动	多媒体教室	课外修炼

顺序	周次	授课章节与内容摘要	授课时数	教学目标	授课方式	教学方法	场地要求	作业安排
14	7	项目五 为买家提供满意的售后体验 任务四 处理客户异议	2	了解客户异议的种类；分析异议产生的原因；明确异议处理的原则；确定异议处理的步骤；掌握异议处理的技巧。	理实一体	讲授 演示 讨论	机房	课 外 修炼
15	8	项目五 为买家提供满意的售后体验 任务五 解决客户投诉	2	积极看待客户投诉；分析投诉产生原因；了解客户投诉种类；确定投诉处理流程；掌握投诉处理技巧；能妥善处理买家投诉问题。	理实一体	讲授 操作 任务 驱动	机房	课 外 修炼
16	8	项目六 管理客户关系与培育忠诚客户 任务一 用心维系买家 任务二 买家维护经营	2	了解提高对买家的响应速度的方法；能维系买家的禁忌；懂得如何经营客户。	理论 授课	讲授 演示 讨论	多媒体 教室	课 外 修炼
17	9	任务三 培养买家忠诚度	2	了解买家的类型；理解客户忠诚度的含义；知晓客户忠诚度测评；掌握培育买家忠诚的方法。	理实一体	讲练 任务 驱动	多媒体 教室	作 业 5
18	9	任务四 实训：企业客户关系建立及维护策略的调研与分析	2	掌握企业客户关系建立的方法、步骤、内容。	理实一体	讲练 实操 任务 驱动	机房	课 外 修炼
19	10	项目七构建金牌客服团队 任务一网店客服的工作压力及组织构成 任务二开展网店客服培训	2	了解网店客服的压力表现、心理压力产生原因及减轻心理压力的方法；掌握网店制度培训、网店知识、工作技能培训的内容与要求，熟悉网店危机处理。	理论 授课	讲练 任务 驱动	多媒体 教室	课 外 修炼
20	10	项目七构建金牌客服团队 任务三 网店客服的考核体验 任务四网店客服能力提升体验	2	了解网店客服的考核内容与方法；了解询单转化率与客价单的含义、计算公式，掌握提高询单转化率的技巧及提高客价单的方法。	理实一体	讲授 演示 操作	机房	实 训 报告

## 九、其他说明