

团 体 标 准

T/ACCEM XXXX-XXXX

智能零售动态柜客户服务规范

Smart retail dynamic counter customer service specifications

(征求意见稿)

20XX-XX-XX 发布

20XX-XX-XX 实施

中国商业企业管理协会

发布

目 次

前言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 服务理念与原则 1

5 服务流程 1

6 服务细节规范 3

7 员工培训与考核体系 5

8 投诉处理与反馈机制 6

9 风险控制与危机管理应对 7

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由深圳市丰宜科技有限公司提出。

本文件由中国商业企业管理协会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

智能零售动态柜客户服务规范

1 范围

本文件规定了智能零售动态柜客户服务规范的服务理念与原则、服务流程、服务细节规范、员工培训与考核体系、投诉处理与反馈机制、风险控制与危机管理应对。

本文件适用于智能零售动态柜的客户服务规范。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

4 服务理念与原则

4.1 服务理念

4.1.1 以客户为中心

以客户为中心的服务理念是智能零售行业成功的关键，企业应深入了解并满足客户的需求，提供个性化的服务和体验，应按以下要求进行：

- a) 服务没有任何借口：企业应提供无借口的服务，确保客户问题得到及时解决；
- b) 离客户越近，心里越踏实：企业应与客户保持紧密关系，通过深入了解客户需求来提供好的服务；
- c) 以服务赢得市场：企业应通过高质量的服务来赢得市场份额和客户的信任。

4.1.2 创新驱动发展

通过创新来推动服务模式的升级和优化，以适应不断变化的市场需求和技术进步。不仅关注技术的创新应用，也注重服务流程的改进和用户体验的提升，从而在智能零售行业中实现高质量发展。

4.2 服务原则

应遵循尊重与诚信、专业与高效的服务原则。

5 服务流程

5.1 售前服务

5.1.1 招呼与接待

通过客户拨打热线及小程序在线服务投诉入口发起投诉，服务端需及时响应客户咨询，保持服务渠道畅通，以积极热情的态度和专业的开场白问候客户。

5.1.2 了解客户需求

耐心倾听客户的问题、需求及疑虑，通过提问来获取更详细的信息，提供针对性建议。

5.1.3 知识掌握

全面掌握公司服务机制流程应对方案、适用场景等信息。定期更新产品知识库，对新品上市、促销活动、库存状况有准确把握。

5.1.4 解答疑问与推荐产品

针对客户问题给予明确、简洁且准确的答案。根据客户需求分析，提供符合其需求的产品推荐，展现专业知识和业务能力。

5.1.5 订单处理与促成交易

指导客户完成购物流程，包括选择款式、尺码、颜色、数量以及支付方式等。解释店铺优惠政策，帮助客户计算最优组合方案。

5.1.6 遵守平台规则

熟知电商平台的操作流程和规定，如交易规则、退换货政策等，避免使用违规表述。

5.1.7 服务记录与跟踪

将每次与客户的交流内容做详尽记录，便于后续跟踪及内部学习分享。对于未成交客户，适时跟进，了解原因，为后续改进提供参考。

5.2 售中服务

5.2.1 客户接待

热情接待客户，使用软语原则、认同式接待等方式，保持耐心，语言中不带负面情绪，答应客户的事情一定要做到。

5.2.2 问题解决

了解客户问题，优先核实客户订单以及物流情况，将问题解决，若涉及到其他部门需要及时反馈。

5.3 售后服务

5.3.1 针对C端用户服务

针对C端用户服务，以下是具体的服务内容和处理方法：

a) 订单信息查询：

- 1) 服务内容：帮助用户查询订单详情，包括订单状态、发货情况、物流信息等；
- 2) 处理方法：通过用户提供的订单号或相关信息，在系统中查询订单详情。及时将查询结果反馈给用户，确保信息准确无误。

b) 售后退款处理：

- 1) 服务内容：处理用户的退款申请，包括退货退款、仅退款等；

- 2) 处理方法: 审核用户的退款申请, 确认是否符合退款条件。如果符合条件, 及时办理退款手续, 并通知用户退款进度。如不符合条件, 耐心解释原因, 并提供其他解决方案。
- c) 异常订单处理;
 - 1) 服务内容: 处理订单过程中出现的异常情况, 如遮挡摄像头购买、订单重复扣费、取出后放回等;
 - 2) 处理方法: 倾听并了解客户当时实际的购买订单的具体情况, 确定处理方案。及时与用户沟通, 说明异常原因及处理措施。跟进处理进度, 确保问题得到妥善解决。
- d) 延时扣费订单处理;
 - 1) 服务内容: 处理因系统或网络等原因导致的延时扣费订单;
 - 2) 处理方法: 核实扣费情况, 确认是否存在误扣费现象。如果确实存在误扣费, 及时为用户办理退款手续。向用户解释延时扣费的原因, 并避免类似问题再次发生。
- e) 商品质量、效期问题处理。
 - 1) 服务内容: 处理用户反馈的商品质量问题或效期问题;
 - 2) 处理方法: 收集用户反馈的商品信息, 包括购买时间、商品名称、问题描述等。对商品进行质量检测或效期核查, 确认问题真实性。根据问题性质, 为用户提供退换货、补偿等解决方案。

5.3.2 针对B端用户服务

5.3.2.1 货柜运营问题的解答

对客户关于货柜使用、温度调整等方面的问题进行及时解答。协调内部资源, 解决货柜运营过程中的突发问题, 确保货柜流转顺畅。

5.3.2.2 合同签章指引

提供合同签订の詳細指引, 协助客户完成合同签署流程。解答客户关于合同条款的疑问, 确保双方对合同内容的理解一致。

5.3.2.3 对公客户租金结算事宜对接

负责与客户核对租金明细, 确保租金计算的准确性。协调业务及财务部门, 及时完成租金结算工作, 保障公司资金回笼。

5.3.2.4 设备问题咨询反馈

收集客户关于设备的咨询与反馈, 及时将问题转达给技术支持团队。跟进设备问题的处理进度, 确保客户问题得到及时解决。

5.3.2.5 补货需求的提交

根据客户的库存情况和销售预测, 协助客户制定补货计划。跟进补货订单的执行情况, 确保补货需求得到及时满足。

6 服务细节规范

6.1 语言表达规范

6.1.1 礼貌用语的使用

6.1.1.1 在日常交流中，应使用基本的礼貌用语，如“您好”、“谢谢”、“对不起”等用语表达出尊重和友善，有助于建立良好的沟通氛围。

6.1.1.2 在不同的服务场景中，应使用特定的专业性礼貌用语。在接听电话时，应说“您好，我是工作人员，请问有什么可以帮助您的？”。

6.1.1.3 在服务过程中，应避免使用可能引起误解或冒犯客户的用语，明确禁止服务人员出现辱骂、争执、质问客户缘由。避免使用过于随意的语言或俚语，以免给客户留下不专业的印象。

6.1.2 专业术语的使用

6.1.2.1 通过培训课程和机制了解所在行业或领域内的专业术语，提高交流的准确性。

6.1.2.2 在适当的情况下使用专业术语，可以展示个人的专业素养。然而，过度使用或不恰当的使用可能会让客户感到困惑或难以理解。因此，在使用专业术语时，应确保客户能够理解其含义。

6.1.2.3 如果客户对某个专业术语不熟悉，应耐心地为其解释。消除客户的疑虑，建立信任关系。

6.2 沟通技巧的掌握与提升

6.2.1.1 培养服务人员的倾听能力，在对话中，要给予对方足够的关注，认真倾听他们的观点和需求。通过积极倾听，更好地理解对方，并在服务过程中提炼出核心要点，给与应对解释。

6.2.1.2 招聘过程中保障人员清晰表达的能力，在表达自己的观点时，要力求清晰、简洁、直接。避免使用模糊或复杂的语言，以免引起误解。

6.2.1.3 通过提问，更深入地了解对方的想法和需求。有助于澄清误解，确保双方在同一频道上。

6.2.1.4 在沟通过程中，应积极反馈和响应，给予对方适当的反馈，让他们知道你在听，并理解他们的观点。建立良好的沟通氛围。

6.2.1.5 了解对方的沟通风格，并尽量适应他们。

6.2.1.6 在沟通过程中，保持冷静和理智至关重要，不因客户不理解而不耐烦，不因客户恼怒而出现回骂、辱骂、质问等情况。

6.2.1.7 当双方存在分歧时，努力寻找共同点，建立共识。助于推动对话向前发展，并找到双方都能接受的解决方案。

6.2.1.8 应长周期进行相关能力培训课程并培养人员能力，保障员工阅读相关书籍、参加培训课程，并在日常生活中不断运用所学技巧。

6.3 服务态度

6.3.1 培养热情周到的服务态度

6.3.1.1 主动关心客户的需求和感受，表现出对他们的问题和疑虑的重视。

6.3.1.2 对客户请求和问题做出迅速而积极的响应，确保客户感受到你的关注和重视。

6.3.1.3 根据客户的个性和需求，提供定制化的服务，让客户感受到你的用心和关怀。

6.3.2 培养耐心细致的服务态度

6.3.2.1 耐心倾听客户的诉求，不要急于打断或给出解决方案，先让客户说完，再仔细分析问题。

6.3.2.2 关注细节，确保每一个环节都处理得当，不遗漏任何可能影响客户体验的因素。

6.3.2.3 持续跟进，在服务结束后，持续跟进客户的反馈和满意度，及时解决问题，确保客户满意。

6.3.3 结合热情周到与耐心细致的服务态度

6.3.3.1 在服务过程中，既要表现出热情和积极性，又要保持耐心和细致。平衡这两者有助于更好地满足客户的需求。

- 6.3.3.2 在展现热情和耐心的同时,也要保持专业的服务态度,确保客户感受到你的专业素养和能力。
- 6.3.3.3 不断反思和改进自己的服务态度,学习新的服务技巧和方法,以提供更优质的服务。

6.4 服务行为

6.4.1 积极主动的服务行为

- 6.4.1.1 主动沟通,不等待客户主动联系,主动与客户保持联系,了解他们的需求和期望。
- 6.4.1.2 主动解决问题,遇到问题时,不推诿责任,主动承担责任,积极寻找解决方案。
- 6.4.1.3 主动提供帮助,在客户需要帮助时,不犹豫,主动伸出援手,提供支持和协助。
- 6.4.1.4 主动学习,不断提升自己的专业知识和技能,以便更好地为客户提供服务。

6.4.2 认真负责的服务行为

- 6.4.2.1 严谨细致,对待每一项工作任务都严谨细致,确保每一个细节都得到妥善处理。
- 6.4.2.2 尽职尽责,明确自己的职责范围,尽职尽责地完成每一项任务,不遗漏任何环节。
- 6.4.2.3 客户至上,始终将客户的需求放在首位,全心全意为客户服务。

6.4.3 结合积极主动与认真负责的服务行为

- 6.4.3.1 在团队中,积极主动地与同事沟通协作,共同为客户提供优质的服务。
- 6.4.3.2 在面对困难和挑战时,勇于承担责任,不回避问题,积极寻求解决方案。

7 员工培训与考核体系

7.1 培训内容

7.1.1 业务知识的培训内容

- 7.1.1.1 采用PPT、视频等教学资源,结合讲师讲解,使学员掌握基础知识。涉及课程主要内容包含但不限于商机入驻、货柜安装、搬迁、位置调整、合同问题、补货问题、设备问题等相关业务知识体系内容的学习。
- 7.1.1.2 通过分析真实优秀及差劲案例分享,同步培养学员的问题解决能力和批判性思维。
- 7.1.1.3 组织学员进行老员工操作旁听及旁看学习,熟练系统查询策略及处理方式,更贴近实操演练和学习,观察并学习他人的操作技巧和经验。
- 7.1.1.4 提供实际案例及模拟场景或真实设备,让学员在实践中操作公司系统界面,更契合学习内容,并掌握和熟练实际操作技能。

7.1.2 服务技能的培训内容

- 7.1.2.1 介绍日常工作中应遵循的基本礼仪规范,如着装要求、言谈举止、电话礼仪等。
- 7.1.2.2 培养员工的服务意识,学习如何以客户为中心,提供优质的服务。
- 7.1.2.3 提高员工的沟通能力,包括倾听技巧、表达技巧、非语言沟通等。

7.2 培训方式

7.2.1 OMO 模式

OMO 模式通过系统平台升级、视频产品多元细分、课程直播立体化等方式,实现线上线下的深度融合。

7.2.2 混合式学习

混合式学习结合了线上和线下教学活动，根据学习阶段和需求灵活安排学习方式。这种模式能够有效提高学习效率，巩固知识技能。

7.3 考核标准与激励措施设计

服务质量评估与考核指标设定见表 1。

表 1 服务质量评估与考核指标

指标分布	指标名称	评分标准	指标说明	分值
核心 KPI（50%）	效能达成	按照管家日效能目标核算月度效能标准，根据实际月度处理客诉量进行评分	效能达成=当月实际可考核效能的工作量/目标效能	20%
	服务合格率	根据质检文件，进行服务质量抽查并评定得分，根据得分进行专项分数评估。	质检月度得分	25%
	回评率	客诉处理需要全量邀评，客户针对服务已发起评价，根据客户返评数量跟月度效能比例评分	回评率=客户评价服务量/月度效能总量	5%
专业能力（30%）	响应及时率	管家需要全量在指定时间及时响应客户，针对未及时响应的进行扣分	（质检抽检量-超时响应）/质检总量	15%
	月考	根据实际当月月考成绩进行评分	月考成绩得分	5%
	满意度	客诉处理需要全量邀评，客户四星及以上的回评定义为满意评价，根据客户返评数据进行满意度结果评定	企微服务满意度=客户问题处理评价的满意量/客户总评数量	10%
团队协作（20%）	线上商机	（每月商机提报数或上月商机转化数取较大值）为 10 个，未达标按照比例得分，达标得分，按照实际转化数量进行奖金奖励（得分上限为 10 分）	（提报商机数和上月商机转化数取较大的值）/达标考核数(10)	10%
	态度	根据月度工作表现、由领导进行评分	根据月度表现临和时性任务完成情况赋分	10%
附加内容	附加项	表扬按照 1 分/个加绩效分	针对优秀服务案例加分；无上限，根据事项进行加分	-

8 投诉处理与反馈机制

8.1 投诉受理与处理流程规范

8.1.1 投诉渠道与接收方式的明确与规范如下：

- a) 客服热线投诉渠道；
- b) 小程序在线窗口投诉渠道；
- c) 商户平台投诉渠道；
- d) 企微服务客诉渠道。

8.1.2 投诉处理时间应与责任人的规定与落实：

- a) 售后回访，根据客服考核制度要求，售后服务人员接受到投诉起，3个工作日内闭环客户需求，解决客户投诉问题；
- b) 商户平台考核要求，在平台投诉烦人客户，客服需在24 h内进行首次响应，72 h内闭环客户需求，解决客户问题。

8.2 投诉处理原则与要求强调

8.2.1 公正、客观、及时处理的投诉处理原则：

- a) 公正性：确保所有投诉得到公平对待，不偏袒任何一方；
- b) 客观性：基于事实和证据进行判断，避免主观臆断；
- c) 及时性：迅速响应投诉，及时处理问题，避免拖延。

8.2.2 保护客户隐私与权益的要求与措施：

- a) 严格遵守国家及地方关于个人信息保护的文件；
- b) 制定明确的隐私政策，告知客户企业如何收集、使用、存储和保护其个人信息；
- c) 引导服务人员签署相关保密协议，保障信息不外泄，并同期在系统端采用加密技术、访问控制等措施，确保客户数据的安全性；
- d) 定期对员工进行隐私保护培训，提高员工的隐私保护意识和能力。

8.3 反馈机制与改进措施制定

8.3.1 客户满意度调查与反馈收集的方法与途径如下：

- a) 面对面访谈：与客户进行面对面的访谈，深入了解客户的需求、感受和满意度；
- b) 客户反馈收集：定期收集客户的反馈，包括电话、邮件、社交媒体上的投诉、意见和建议等；
- c) 在线评价和评论：通过网上平台分析和监控用户的评价和评论，了解客户对产品或服务的满意度。

8.3.2 问题分析与改进措施的制定与实施方案如下：

- a) 通过观察、数据收集、客户反馈等途径识别存在的问题，确保问题的描述清晰、具体，以便后续分析；
- b) 使用根本原因分析（RCA）工具，如5W1H、鱼骨图、因果矩阵等，深入挖掘问题的根本原因，避免仅停留在表面现象，而是探究导致问题发生的深层次因素；
- c) 根据问题的严重性和影响范围，设定明确的改进目标，同期确保目标具有可衡量性、可实现性和时限性；
- d) 基于问题原因和改进目标，制定具体的改进措施，并考虑措施的可行性、成本效益和资源需求。

9 风险控制与危机管理应对

9.1 风险识别与评估方法

9.1.1 等级划分

9.1.1.1 普通风险

客户常规发起投诉，沟通过程中清楚表达自身问题，服务应答响应后接受等待处理或接受当下客服给与的处理方案。

9.1.1.2 高危风险

针对客户投诉过程中发生相关风险字眼客诉认定为高危。

9.1.2 应对措施

9.1.2.1 制定应对风险策略

根据风险等级，制定相应的应对策略。常见的应对策略包括：避免（消除风险源）、减轻（降低风险发生的可能性或影响程度）、转移（将风险转嫁给其他方承担）和接受（在风险可接受范围内不采取额外措施）。

9.1.2.2 风险升级上报策略

快速判断异常的性质和影响，决定上报的紧急程度和处理的优先级进行初步判断；如确保异常情况能够及时被项目管理层知晓，进行一级上报，并获得必要的指导和资源。在一级汇报未能解决问题时，进一步上报二级以获取更高级别的关注和支持。

9.2 危机处理预案与流程制定

9.2.1 突发事件应对策略与流程的制定与演练

突发事件应对策略与流程的制定与演练如下：

- a) 制定演练计划，确定演练的目标、范围、参与人员和时间表；
- b) 使用模拟工具或实际场景，模拟突发事件的发生；
- c) 按照设计的流程，执行应对措施，观察并记录各环节的执行情况；
- d) 在演练结束后，收集参与人员的反馈，评估应对流程的有效性和存在的问题；
- e) 根据演练结果，对应对策略和流程进行必要的调整和优化。

9.2.2 危机沟通与协调方式的明确与规范

危机沟通与协调方式的明确与规范如下：

- a) 成立专门的危机沟通团队，负责危机期间的信息传递和协调工作；
 - b) 确定危机沟通的目标，如传递准确信息、安抚客户情绪、维护企业形象等；
 - c) 根据危机性质和影响范围，制定相应的沟通策略，包括信息发布渠道、频率和内容等；
 - d) 设计清晰的危机沟通流程，包括信息收集、审核、发布和反馈等环节；
 - e) 根据目标受众和危机性质，选择合适的沟通渠道，如新闻发布会、社交媒体、官方网站、电话会议等；
 - f) 制定协调机制：建立跨部门、跨层级的协调机制，确保各部门在危机期间的信息共享和资源调配。
-