

# 对付难缠客户的技巧培训

## 一、难缠客户的类型

### 1、威吓型：

这种易怒的、要求苛刻的客户想控制别人，他们可能会辱骂、威胁、批评和表现得傲慢无礼。

#### 沟通技巧：

不要同威吓型的人计较，而要坚定、理性地陈述你的观点，从而控制局面。

### 2、发牢骚型：

这种客户可能抱怨产品或服务，但是不会说他要求怎样做。发牢骚者看起来抱怨挺多。

#### 沟通技巧：

了解他的忧虑，然后直接问他的要求。

### 3、沉默型：

这种客户通常只对问题回答是或不是。

#### 沟通技巧：

通过询问开放式的问题帮助这些客户开口。

### 4、友好型：

这种客户会同意你说的一切表示友好的话，但这种同意并不说明他对产品有兴趣。

#### 沟通技巧：

对这些客户保持亲善，然后深度挖掘他的真正想法。

### 5、否定型：

这种客户为了反对而反对，如果你争论的话，你会继续碰到这种情形。

#### 沟通技巧：

在陈述的过程中指出任何反例以击中客户的要害。你将会限制他们表示反对的机会。

### 6、无所不知型：

这种客户认为他对任何事情都比你了解得多，他们可能趾高气扬并且行为粗鲁。

#### 沟通技巧：

同他们打交道，要利用一种直接、合理的方式陈述所有事实。

### 7、拖延型：

这种客户推迟做出决定，通常根据形式决定其行为。

#### 沟通技巧：

询问他们为什么拖延时间，然后帮助他们克服导致拖延的问题。

## 二、如何应对“投诉成癖者”的麻烦客户

有时候，我们要区别“合理投诉”的客户和“投诉成癖”的客户，前者是我们的朋友，是改进我们服务的推动力；而后者是用一些蛮不讲理的要求来消耗我们的时间。

如何确定你是否遇到了一个“投诉成癖者”呢？

当你已经通过正常的渠道尽了最大努力，但似乎毫无效果，你就应对照以下几条：

1、他总是指责别人，在他心目中从来没有人做对了，别人的做法永远都是错的；

2、他从不容许别人有任何过错，或者从不承担一点点责任。他觉得自己是一个无可指责的受害人，他们受的伤都是因为别人的无能和恶意所导致的；

3、他认为别人应该做的想法非常强烈，他总是爱强调别人的职责。如果你听到“别人总是、从

不、必须做、必须不做”之类的抱怨，你可能正在与一个“抱怨成癖”的顾客打交道。

他的抱怨相当详尽。一个正常的抱怨者总是会偶尔停顿一下，喘一口气，而一个“抱怨成癖者”在说“还有另外一件事……”的同时似乎也能呼吸自如。

在面对这种“抱怨成癖”的人时（客观地讲，这种客户相当少），你可以试一试下面这些技巧：

积极地听他抱怨，并且识别出其中合理的不满，然后用你自己的语言改述他的抱怨。如“对不起，我的确明白你所说的包裹没有准时送达，这让你感到不满和失望。”

找到事实依据，制止抱怨者夸大其辞或者将问题过分扩大。如果抱怨者说他整天都在打电话，你说要证实他打电话的实际次数和时间。

要抵制向抱怨者道歉的诱惑，尽管那样做似乎

是一件很自然的事。既然抱怨者立志要将过错赖在你的身上，而不是为了解决的问题，你的道歉反而会招致更进一步的抱怨。

相反，你应该问他这样的问题：“是不是延长保证期就可以解决你的问题”或者“我请你回来处理你所提的最佳时间是什么时候呢”。

强制抱怨者形成解决问题的方案，特别是当地似乎不喜欢你的提议时，你可以试一试，预先设定一个时间限制，如“我们只有 10 分钟时间，在这 10 分钟内我们可制订出一个解决方案来吗？”这样来强制他不再抱怨，进入讨论解决问题的程序。

当然，在与这种客户打交道的时候，你并没有必胜的把握，但努力是绝对必要的。

根据最新的调查，从事面对面客户服务的工作人员认为最难缠的客户是以下三类人：

### 1、固执的怪人

这种客户不关心解决问题，而是“为了投诉而投诉”。他们的座右铭是“我是对的，你是错的。”他们尽全力去证明自己是对的，而对方是不合格的客户服务者。

照片冲印店的职员就遇到过这种情况，一个客户指责没有把他的照片冲印好，曝光不足，尽管后来他承认是自己没有运用足够的灯光造成的，但依然投诉为什么不在冲洗时替他修正！固执的怪人占难缠的客户中的 36%。

### 2、唠叨者

这种客户只会不停地唠叨。完全不理睬什么解决方案，他们对表达自我有着异乎寻常的强烈需求。唠叨者占难缠的客户中的 17%。

### 3、妄自尊大者

这类客户总是期望你立即放下所有的事情去为他解决问题。如果你已经帮他问题提交到处理程序中，他打电话过来催问的次数比一般人多三倍。妄自尊大者占难缠的客户中的 34%。我要找你老板！

这类客户遇到问题总是立即要求找你的主管，让你觉得好像自己是个白痴。“如果你不能给我想要的，那么我肯定你的老板会给我的。”他们总是问“你老板在吗？”或“你来这家公司多久

了？”这类人占难缠客户中的 11%。另外还有 2%的人是在遇到某些偶发事件和非常状态时很难缠。

### 解决方案：

当你遇到以上这些客户时，请采用以下 3 个步骤。

#### 第一步、管理对方的期望

告诉对方需要等待一段时间，因为在他前面有事情在忙着。（比如在迪士尼乐园，如果游乐玩具前面排起长龙，那么计时器就会显示最后一位等候者到可以玩上游戏需要等多久，而这个时间往往比真实情况多出 10 分钟。高级餐厅服务生在点完菜后会说：“请您稍等片刻。”在酒店里，你会被告知：“您的房间将在 11 点打理好。”）

#### 第二步、给他一个理由

研究表明，人们更容易接受被告知缘由的问题，而很难接受连起因都不知道的问题。一家电脑打印机厂家的客服是这样处理一个投诉的：一个客户打电话来抱怨打印机打出的颜色不对，这种情况已经持续 3 天了。客服代表告诉他是因为天气的原因，客户很不满意，他要求一个明确答复，什么时候可以解决他的问题。这时客服代表继续解释道，造成这种情况是因为打印机周围的湿气太大，如果他希望尽快解决这个问题，去购买一台空气干燥机就可以了。你有这种简单易行的回答去解决客户的一般性抱怨吗？

#### 第三步、称赞他们的耐心

告诉对方你感谢他的合作。当你感谢某人或者称赞某人的时候，你就打开了合作的大门。

#### 第四步、要注意避免的错误

##### 1、幽默

尽管你和对方已经慢慢熟悉起来，但只要你还没有看到能够达成双方都满意的结果之前，不要去搞笑，这有损你的专业形象。

##### 2、“尽人皆知”综合症

有些事对你可能是常识，但不是每个人都和你一样。一个客户向零售店退回一部寻呼机，因为它无法正常工作。当客服代表检测时发现，它是好的。原来客户学会了打开电源，以及如何阅读信息，但是并不知道，当没有人发信息给他的时候，寻呼机不会显示任何信息。

## 说的太多

说的太多是客户服务的大忌。当你说呀说呀的时候，接下来会发生什么？客户开始问越来越多的

问题，当客户问到连你也无法解释的问题的时候，你就会被认为是不合格的。请注意，当别人在仔细听你的时候，他也会在随后反对你。

## 三、处理难缠客户投诉的常用方法

每一位客户服务人员都有自己独特的处理抱怨的方法与技巧，不同的方法和技巧适用于不同的顾客，产品和场合。作为一名优秀的客户服务人员，只有不断地了解、掌握并灵活运用多种消除抱怨的沟通技巧，才能在处理顾客抱怨的过程中得心应手。具体的沟通技巧主要总结有以下几种：

### 1、平抑怒气法

通常顾客会带着怒气投诉或抱怨，这是十分正常的现象，此时话务员首先应当态度谦让地接受顾客的投诉或抱怨，引导顾客讲出不满原因，然后针对问题解释和解决，这种方法适用于所有的抱怨和投诉处理。这种方法应把握三个要点：

一听：认真倾听顾客的投诉、抱怨，搞清楚顾客不满的所在；

二表态：表明对此事的态度，使顾客感到你有诚意对待他们的投诉或抱怨；

三承诺：能够马上解决的当时解决，不能马上解决的给一个明确的承诺，直到顾客感到满意为止。

### 2、委婉否认法

这种方法就是当顾客提出自己的抱怨后，话务员先肯定对方的抱怨，然后再陈述自己的观点。这种方法特别适用于顾客的错误想法、鼓励顾客进一步提出自己的想法等，话常起到出人意料的显著效果。使用委婉否认法，特别适用于主观自负且自以为是的顾客。这种方法的表达句型是“是的、但是”。但这种句型暗示着极强烈的否定性，因此，应用时可将其改为较委婉的“是……而……句型”，或者尽量避免出现“但是”。因此，还可以使用“除非……”的句型。

### 3、转化法

这种方法适用于误解所导致的顾客投诉或抱怨，因此处理这种抱怨时应当首先让顾客明白问题所在。当顾客明白是因为误解导致争议时，问题也就解决了。采用转化法的服务人员，必须经验丰富，精通促进使用和服务技巧，因为只有这样的话务代表才能察言观色，当机立断，适时巧妙地将顾客的误解转化。转化方式要轻松自然。这种方法运用恰当，顾客会理解，若转化不当，则会弄巧成拙，使顾客生气，反而会增加阻力。因此，服务人员在用此法时应心平气和，即使顾客抱怨明显缺乏事实根据，也不能当面驳斥，而应旁敲侧击、启发和暗示。

### 4、承认错误法

如果产品形迹或服务不能令顾客满意，就应当承认错误，并争取顾客谅解，而不能推卸责任，或者寻找借口，因为理在顾客，任何推委都会使矛盾激化。承认错误是第一步，接着应当在明确承诺的基础上迅速解决问题，不能拖延时间，在事发的第一时间问题成本会最低，顾客会认可。一旦时间长了就会另生事端。

### 5、转移法

转移是指顾客的投诉可以不予理睬而将话题转入其他方面。有时顾客提出投诉本身就是无事生非或无端生事，或者比较荒谬，这时最好不予理睬，而应当迅速转移话题，使顾客感到你不想与他加剧矛盾。

### 6、幽默感

幽默感是缓和气氛的最佳武器，会心一笑，什么不满都可以化解了。

## 四、处理顾客投诉时客户服务人员的情绪自我控制

- 1、我是问题的解决者，我要控制局面。
- 2、顾客的抱怨不是针对我，而是针对公司的产品和服务。
- 3、保持冷静，做深呼吸。

- 4、顾客不满意，不是我不满意，我不能受他的影响。
- 5、我需要冷静地听顾客诉说，虽然他的措施很激烈。

6、我需要知道事情的经过和真相，所以我不能激动。

7、我要用良好的情绪影响他，使他放松，缓和他的紧张心情。

## 五、正确处理客户投诉的方法和步骤

1、接受投诉：迅速受理，决不拖延。

2、平息怨气：我们是客户的出气筒，先让客户发泄完怨气，有利于问题的解决。

3、澄清问题：用开放式的问题引导投诉客户讲述事实并提供尽可能详细的资料，用封闭式问题来总结问题的关键。

4、探讨解决方案：了解客户想要得解决方案，提出我们可能提供的解决方案。

5、采取行动：迅速对客户的问题进行解决。

6、感谢客户，再次为客户带来的不便和损失

表示真诚的歉意；感谢客户对公司的信任与惠顾；在向客户表决心，让客户知道我们会努力改进工作。（在解决问题之前应该先处理好客户的情绪）。

7、基本原则：

a)、耐心倾听客户的抱怨，坚决避免与其争辩。

b)、想方设法平息客户的怨气，消除怨气。

c)、迅速采取行动，不能总说对不起，态度很好，没有实际行动。

d)、要让客户感觉到你是完全站在客户的立场上来替他来考虑问题，将心比心。

## 六、难缠客户的应对方法

1、**难缠客户的心理分析：**

a)、可能是因为他们的疲劳和沮丧。

b)、可能是他们的困惑或遭受了打击。

c)、可能是他们不善于说话或对语言的理解能力差。

d)、可能是他们心情不好因而在你身上出气。

2、**难缠顾客的应对：**

a)、面对生气或者敌对的客户，客户服务人员首先应保持平静和耐心，让客户发泄，以专业的口吻告知自己的权限，并控制局面。在处理问题时不应该批评客户的观点和想法，如果有，请尽量提供多项处理意见的选择。

b)、面对强势的或者蛮横的客户，客户服务人员应重复客户所说的话并让他觉得自己很重要，让客户认为他的某些观点是对的，寻找某些认同的观点，如果有，应尽量提供多项处理意见的选择。

c)、面对飘悍的或者掌控操纵的客户，客户服务人员应以自信的语气解释状况，偶尔同意客户所说的话，并表示感谢，同时清楚并友善地向客户说明自己能做到的以及自己做不到的。

d)、面对粗鲁无礼或者用语言伤人的客户，不要把客户的话放在心上，可以以严正的态度要求他们停止说粗话，向客户提问以示关心并分散其的注意力。

## 七、案例讲解

**案例一（技术信息课）：**

厦门客户陈先生（日月谷温泉度假村办公室主任，多次接待国家、省、市领导），家住槟榔小区，2002年3月购买我司MT-34F1A的电视一台，期间因为高压包打火、彩色偏等问题经过5次维修，自己因为多次的电视维修而请假，家庭其他人员都怪他买了一个破电视，搞的 he 也很生气。今年3.15上午10点钟，用户直接到呼叫中心门口敲门说要投诉、希望给一个说法，要求更换一台新机器。

处理过程：首先请用户到会客室，帮用户倒杯

水，耐心仔细的听了用户的整个投诉过程，等用户激动的情绪稍微得到缓解时，逐步咨询用户的电视使用情况，经了解现用户家里的电视已经可以正常使用（厦门技术服务中心上门更换了部件板修复）。通过分析，用户是在3.15消费者权益日想找公司讨一个说法，在基本了解了用户的想法以后，先向用户表示这个现象的是个别情况，分别了解用户电视维修的几个大概时间，与用户确认电视在一年以内是否维修过两次或两次以上，在得到用户的答案为否的时候，然后向用户仔细说明国家相关的“三

包”规定以及“三包规定的条文释义”，表明我们的立场：“**购机 15 日内出现性能故障、一年（国家规定的保修期）以内维修两次仍不能正常使用**”的情况消费者有权提出要求换机。说明用户现在的情况属于免费维修的范围，用户提出疑义说：“**你们的电视不是保修五年吗？**”，根据情况我们可以拿出公司发放的“**五年免费维修金卡**”，向用户说明我们公司高清产品延长免费维修时间的具体含义，当然出发点也是考虑到消费者的利益，表明厦华是本地企业，对于本地的消费者我们会更加重视和关注等等，如果用户不理解还可以向工商部门、消协等政府职能部门了解情况。**用户仍然觉得不能放心，提出本次维修后需要保证多长时间内不能再出现故障**，给他一个保证，这个问题可以通过以下解释：电视机属于民用产品，内部电路的零件上千只，没有一个品牌的产品可以保证说他们的产品一定 100%没有问题（包括国际知名品牌），不信您可以到商场咨询销售人员。

用户还觉得不甘心，继续质问说后续如果产品仍然频繁出现故障我们会怎么解决，解答：如果正常情况如一年内出现 1, 2 次属于维修，如果更频繁出现故障的时候我们会申请公司给予更换主板特殊处理，用户后来逐步接受了我们的处理结果。临走时还主动留下名片，互相认识了一下，整个投诉得到了妥善的处理。

经验小结：

## 案例二（北京中心）：

北京客户董伟找到中心，进门就要打架，把接待他的文员吓的电话都掉地下了。我赶紧出去处理，一了解，只是安装人员为其安装 LC-34K502 时，与用户的要求相差了 1.5CM（安装画线时，是用户自己画的，并且中心答应再为用户从新安装），就为这样一点事情，用户到中心，要以武力解决，并称其哥哥是北京公安局刑侦大队队长。利用各种手段、方法我与用户交涉了 4 个小时，直至晚 9: 00 用户才平心静气的离开中心，这也是我从事售后服务工作 6 年来，遇见的最难沟通的用户，此用户是有文化，但就是不讲理，而且“死缠烂打”“揣着明白装糊涂”。

1、认真倾听用户的投诉，了解用户投诉的目的。

2、判定用户的要求是否合理，如换机、退机是否符合公司与国家的相关规定。

3、站在消费者的立场，分析情况并加以说明，必要时增加一些以往处理的事例或本人、其他人经历的事件对用户进行说服。

4、用户是否已经了解过政府职能部门（工商、消协），是否得到答复？

5、如果用户不清楚自己的权利且提出无理要求，可以引导用户向政府职能部门咨询或投诉，因为这样很容易让我们争取到主动，消费者往往从各媒体上得到一些不正确或夸大事实、特殊处理的事例。有时让消费者到相关职能部门投诉处理，我们会得到较为公正的处理。

6、根据国家“三包”规定和“三包条文释义”向消费者耐心解释并指出消费者应有的权利。

7、侧面了解用户的职业、相关人际关系，尽量避免让消费者向媒体投诉，否则将使问题更加难于处理。

8、根据消费者的具体情况，在合理的范围内给消费者一些力所能及的优惠措施或服务措施，改善和投诉用户的关系，避免问题进一步闹僵。

9、用户要求超过个人职责范围的要第一时间报告第一责任人处理、拍板。

通过我将近 6 年得售后服务工作，个人认为，对待难缠客户，要分别对待，不能一概而论，针对不同得用户，使用不同得方法。才能得到事半功倍得结果。

一类客户：文化水平低，没有理可讲，但重义气。对待这样用户，应该避其锋芒，利用与其交谈，自己站在用户得校对去表达，使用户感觉到你和他是同方向理解问题，然后在利用交心战，让用户对你感觉良好，最后利用他得给你面子，解决问题。

一类客户：文化水平高，熟知相关法律法规。面对这样得用户，应该首先找到对我们有利得法律、法规依据，具理力争，用专业得技术和对法律、法规熟悉得优势，耐心细致得做用户思想工作，最

后在中心坚持得处理办法上，适当让步，用户很容易接受。

一类客户：文化水平高，但“揣着明白装糊涂”“死缠烂打”。对待这样用户，需要软硬兼施，既要体现出你从用户角度考虑问题得思路，又要表现出你严格执行法律、法规办事得强硬态度，让用户感觉到你处理问题得权威性，只要与此类用户多周旋一些时间，此类用户回因自身得问题，很容易接受你以前处理问题得方案。

当然，还有其他类型得客户，我就不一一例举了，总之，在处理特殊客户时，要注意以下几点：

### 案例三（沈阳中心）：

#### 如何妥善有效处理用户投诉

售后服务是一项琐碎繁杂的工作，每天都要面对形形色色的用户群体，所以难免会由于各种原因而导致用户投诉，只有搞清楚用户投诉的原因和目的，再寻找相应的解决方案，问题才会迎刃而解。这就需要我们在实际工作中灵活机动，权衡利弊真诚主动地为用户解决实际问题，而不是用空洞的语言来推诿敷衍用户。下面我就讲讲我中心遇到并处理的一些用户投诉和大家学习交流。

##### 1、因缺配件时间长而投诉的

目前困扰中心服务工作开展的最大难题就是配件短缺，由此而引发的投诉比例最大，处理不好用户就要换机或退机，而且给公司造成极坏的负面影响，大连一用户 S2935 行包损坏，因公司缺配件已达半个多月，虽然已给提供一台周转机但用户就是不能接受，说偌大的公司怎么连一个小配件都没有，即使现做也出来了，在任何解释都于事无补（用户已到商场去闹）的情况下我们只有想办法马上解决问题，经过分析图纸发现和 3998V 的行包电路很接近，更改逆程电容后一切基本正常，一下就解决了燃眉之急，该机已老化近半月暂未反映异常。

##### 2、因产品质量或性能不能满足用户需求的

人无完人，玉也有瑕，更何况电器产品呢！但大多数用户并不认同，他们就认为买了贵重的电视机就应该什么问题都没有。沈阳一用户在 5 月份购一台 LC-32A1W09 电源盒声大，服务人员带了两个新电源盒去更换后效果差不多，用户坚决要换一台否则退机，但次日换了一台后声音更大，因为这次

1、注意自己得口气，声调，不要让客户以为你不耐烦，与他在吵架。

2、注意你处理问题得节奏，不要让用户得思维影响你得处理思路。

3、不要与客户对客户所提得明感问题反复纠缠。

4、不要牵扯出太多得问题，就客户提出得问题进行协商解决。

5、与客户沟通前，要计划好处理问题的底线，以这个思路贯穿在你处理问题的全过程中。

提的是小电源盒声音较大，用户同意等大电源盒那款到货再更换，约 3 周到到货给用户更换但却是白色机壳用户不接受，现已无法再等待要退机，因在美国买的超过 15 天或没故障不能退，因此与用户闹的很不快，最后协商后同意退了，但要用户自行送到商场退机，用户认为因电视耽误他那么多时间还要他自己去退机更是不满，看到这种情况中心便立即调回服务车带着用户去商场，一路上服务人员再跟他进一步交谈打消原来不快的想法，并细心给他介绍我司其他款式的优越性，到商场后用户就没有放弃厦华，而是添钱再买了一台 LC-34B16，还表示很满意。所以对待退机的用户我们不是就放弃了，俗话说：“生意不成仁义在”，我们要加倍努力让该用户成为下一个潜在顾客。

##### 3、因维修多次造成用户不满而投诉

说心里话确实有些型号产品质量不争气使我们的服务难上加难，葫芦岛用户吴先生于 03 年购买一台 MT-2928，在 04 年初坏了更换偏转后正常，却在 7 月份又出现故障而且还是偏转坏，不幸的是 05 年 3 月份又出现三无但不是偏转坏，考虑到该主板存在隐患便从沈阳拆了一块好板给予更换，可是好景不长电视看了半个月又坏了，网点上门查出 CPU 板坏，因此用户便在家电网投诉，此时只能给用户换机了，因没货联系了很长时间才调到一台货给用户更换，用户较满意。但未料看了十天这台电视又出现有时黑屏，因此用户继续在网上投诉，这回我们自己心里也没有底了，对这个机型真的也没

有信心，况且目前根本没有原装出厂的，只有返修机，虽然公司也建议我给用户退掉算了，但毕竟用户始终未提出我们也不便说，最后才调到一台 MT-2951 给予更换，现已使用近一个月，用户还比较满意。

#### 4、超三包服务用户拒付费而投诉的

不得不承认现实中多数消费者是不愿意掏钱维修的，甚至会找各种各样的方式来达到目的，对待这样的用户我们只有灵活把握，既要坚持原则执行政策，又要权衡得失考虑市场影响，才不会被困在其中难于自拔。前几天鞍山一 E2930TK 用户，其邻居家电视都遭到雷击，但用户就是不同意收费，便一直打 800 投诉，最后还投诉到消协，经调解后仍执意不交，看样子用户是非闹不可，我们大可不必和他纠缠下去，毕竟我们耗不起这个精力。最后给他免费维修便不再闹了。

#### 5、对维修人员态度不满意而投诉的

服务包含核心服务，辅助服务及附加服务，当然把用户的问题解决了应该是满意的，但假若电视未修好再加上用户对服务人员的态度及形象等不认同的话，那是肯定不满意的。营口有一用户于 03 年购买 E2938 一台，当时就因电视机的线性不是很好要求退或换，因电视没问题没答应其要求，04 年底用户反映电视吱吱响，当时网点也上门去看没听到，因网点人员主观上一直认为用户挑剔所以告之没问题，之后用户多次反映该问题，网点也是去看

#### 案例四（广州中心）：

#### MT-34F1 网上投诉事件的处理

广州黄先生是一个非常挑剔和爱占便宜的人，他本人从事电子行业，为了买到一台既好又便宜的电视他非常留意市场的动态和网上《家电论坛》的情况，终于有一天他在《家电论坛》发现厦华的 MT-34F1 是一台技术含量极高并且价格相当的便宜的电视，于是他为了确保自己能够在五一期间购买到这台电视，万一到时被抢够一空，他在没有看到样机的情况下就在广州国美电器交了定金要购买厦华的 MT-34F1。在交玩定金后这位先生以各种理由退掉了家中购买已久的 29 寸东芝电视。从以上情况可以分析此用户对厦华的 MT-34F1 寄予非常高的希望和信任。

看自己没听到就认定没问题了，最后造成用户投诉。因时间较长中心便给予更换一块主板，用户仍然因网点维修人员当时的态度而不罢休，要给他赔礼道歉并要中心派人才可，我们分析该用户自尊心想得到一点平衡，因此便派中心的售后负责人亲自登门拜访，这样用户基本就气消了，因为他认为自己得到了重视便不再追究过去的如何。

#### 6、因不能及时上门而投诉

现我品牌知名度在不断提升，尤其平板销量日益增加，但商场承诺都是 48 小时送货到位，却没人告知具体什么时候到，用户只有在家等。一旦电视到家后就无法接受再等了，都是要求必须马上上门安装否则就退机，这样无形中给我们的服务增加了难度，若解释无法说服的用户中心就派人打车上门，只有这样才避免了一些用户退机。这一点我感触很深，基本每天都是。所以只能灵活应变，特事特办。

总而言之，服务无形化，服务的好坏也没有衡量标准，让用户真正满意才是我们所追求的，服务的最高境界应该是没有服务，或者及时服务立即解决问题，这就需要在硬件方面如产品质量、人员、技术、配件等有充足的保证，并且不让用户投诉才是关键，这就要求所有服务人员提高洞察力，仔细去观察并判断出用户内心的期望值，才能做到有的放矢，一切尽在掌握中。

五一货到后黄先生终于看到了自己急不可待的厦华 MT-34F1 彩电，技服人员上门调试好机器后此用户对机器的画质的声音等都相当满意，为了使自己的产品能与大家一起交流，这位爱看《家电论坛》的黄先生把自己的产品与网上的其它省份用户购买的机器进行了交流与比较，结果在网上众多厦华 MT-34F1 用户交流和比较下，A 先生发现了自己购买的产品存在很多疑点，并且 A 先生认为自己购买到的是一台返修机（事实就是返修机），于是黄先生向广州中心拨通电话并要求技术人员上门去为其签定是否为返修机，在来电过程中用户一直在咨询接线员我司是否存在返修机当正品销售

的现象，并设圈套话题来套取一些话题的。

中心文员意识到了此用户是一个比较难于外理的用户，于是在次日早上有特意提出此用户的情况，为了不给公司造成太大的负面影响，广州中心强调全中心确定统一口径：“我司不存在返修机，商场的样机都是打折销售的，所有用户正常购买的厦华产品都是合格且全新的产品”。在中心统一口径后中心派上了一个技术较全面的技术人员伍师傅上门为用户服务，在上门后用户提出了很多关于网上《家电论坛》的不同看法，并向技术人员咨询了此机的所有功能，在伍师傅的耐心解释下用户对技术人员的服务态度是很满意的，但是对机器是否为返修机还是半信半疑。

黄先生为了确切的证实自己的购买的产品是一台全新的机器，他将自己家中的机器用数码相机拍下照片后再与网上的用户交流，在相比之下黄先生得出了以下令他迷惑不解的问题：

1、为何自己购买的机器生产日期是 2004 年 11 月，其他用户购买的生产日期都较早，是否日期较新的就为返修机，并且在《家电论坛》里有一个人“厦华人”与他发过消息说厦华此型号的机器很早就没有生产了，黄先生认为自己购买的很可能是近期返修的产品。

2、为何其他用户购买的包装箱颜色与自己购买机器的不同？

3、为何其他用户购买的机器有 5 年金卡而自己的却没有？

4、为何其他用户的显像管上有贴东芝管的标志，自己的没有却有贴过的明显痕迹？自己购买的机器是否为原装东芝管？

黄先生在得到如此多的问题之后再与中心联系，这次是我本人受理的，他把上面的问题都和我说了一遍，本人是这样回答的：

厦华在 2004 年 11 月就是有生产此型号的产品，本次特价处理并不代表我们的产品是返修机或处理机，而是为了在五一期间作为打乱其它品牌市场竞争的一种价格策略，从而使广大购买者的眼光都投向厦华，其实这段时间能购买到此机的用户是真正的受益者和幸运者。

关于包装箱颜色不一致并没有什么奇怪的地

方，厦华在不同时期对同型号的产品本身就有用过不同颜色的包装箱，请用户放心。

至于金卡，厦华在 2003 年 7 月份起就已经只对整机保修一年了，其它省份用户购买的机器有五年金卡主要原因是他们购买的是早期生产的产品。

有关显像管上东芝标贴的事情主要是这样的：厦华 MT-34F1 都是用的原装进口的东芝管，由于显像管在进口来时就有在上面贴上东芝的标志（不敢告诉他是我司自己贴的），在早期为了便于介绍此机并以原装东芝管作为一个竞争的卖点，所以在早期生产的机器中就没有将此标志撕掉，因此用户购买到早期的 MT-34F1 就看得有东芝标贴。但是后来由于部分导购员会将该机器上的标贴撕到别的不是东芝管的机型或其它品牌的机器上来宣传销售或有时只顾推荐东芝管的好处却忘了自己是在卖厦华彩电，为此后来生产时就将此标贴撕下了，但是由于此标贴在显像管上吸附得较久所以在显像管上还留有影子。所以 MT-34F1 绝对是东芝管。

为了表示我们对用户事情处理的真诚，广州中心主动提出为用户换一台机器，黄先生答应了，但是当我们把机器送到用户家中后，黄先生认为送过去的机器画质还不如原来那台，结果黄先生没有接受换机，为了了结此用户不再商场及网上闹事，中心决定给予用户退机，可这下用户怎么也不退，后来广州中心从仓库提了几台 MT-34F1 并接黄先生来挑选，但黄先生还是没有要，并对中心说有事再找我们，我们认为用户应该是死心的，机器没有故障，全都是用户自己怀疑所致，并且用户也不能完全有把握的拿出多少不利我司的一些把柄，也不向技术监督局及消委会等部门投诉。

黄先生觉得在厦华方面得不到什么进展，但还是认为自己购买的产品存在一些问题，于是在网上联系了广州购买厦华 MT-34F1 的 10 来个用户到广州国美闹事，并向国美接供了相关的照片及网上资料，国美为了不对商场造成不良影响立即停止了此机型的销售，并要求厦华公司对此机出示不是返修机的书面证明，本人认为机器已经卖出不少，如果承认是返修机可能会造成更大的麻烦及不利公司的负面影响，搞得不好被弄到媒体去了就更糟糕，因此本人还是同分公司第一责任人商量给予国美

---

出示此机为非返修机的证明，并可以继续销售此机。事后广州中心对库存的 MT-34F1 进行了返工。为了解决黄先生的不满及爱占便宜的心理，经过与

国美协商由国美免费送一台 PDVD 给黄先生，事后黄先生没有再向我司提出更多的要求，也没在网上发表太多不利我司的言词。

获取更多资料 微信搜索蓝领星球