

超市 服务 手册

编制：<http://www.i18.cn>

目 录

顾客服务的分类及常见的服务项目	3
接待顾客的技巧	8
营业员理想的应酬语	12
商场（超市）收银员的服务技巧	14
顾客纠纷的处理(客怨处理)	16

顾客服务的分类及常见的服务项目

顾客服务，从不同的角度划分，有以下几种类型：

(一)按售货过程的阶段分类

1. 售前服务。即在商品出售以前所进行的各种准备工作，目的是向消费者传递商品信息引起消费者的购买动机。这一阶段的服务包括提供商品信息、商品整理编配、商品陈列、货位布局、购物气氛创造等。

2. 售中服务。在人员服务的商店中，售中服务表现为售货人员在与顾客交易的过程中提供的各种服务，如接待顾客、商品介绍、帮助选购、办理成交手续、包装商品等服务。在自我服务(自助服务)商店中，售中服务则表现为提供咨询、帮助顾客、促销商品、结算、包装等服务。

3. 售后服务。即商品售出后继续为顾客提供的服务。一般来说，商店向顾客交付了商品，顾客向商店支付了金钱，销售已基本完成。但对于一般的大件商品，高技术产品，消费者在购买后对商品运送、使用时发生的一些问题，要商店提供进一步的服务。这类服务的目的是使顾客对商店感到满意，成为商店的回头客。售后服务包括：退换商品、送货、维修、安装，解决抱怨及赔偿，客户回访等。

(二)从投入的资源分类

1. 物质性服务。即通过提供一定的物质设备，设施为顾客服务。如零售商向顾客提供的信息室、电梯、试衣室、试鞋椅、寄存处、购物车、停车场等，使顾客使用这些物质设备感到方便。

2. 人员性服务。即售货人员、送货人员、导购人员，咨询人员等提供的服务。他们提供的服务主要是劳务和信息的服务。零售业的服务人员要与顾客进行面对面的接触，他们的形象和素质往往对商店的形象有最直接的影响，也是消费者评价商店服务质量的一个重要标准。

3. 信息服务。即向消费者传递商店与所提供的商品等方面的信息，使顾客了解商家、了解商品、帮助顾客作出适当的购买决策。零售商提供的信息主要有 POP

广告、媒体广告、新闻宣传、商品目录、商品货位、人员介绍等。

4. 资金信用服务。即提供消费者信贷，如提供赊销商品、分期付款、信用卡付款等。在提供信贷服务时，零售商应考虑自身的承受能力及消费者的偿还能力，但同时也应避免审查手续过于复杂，以免雷声大雨点小草草收场，反而影响消费者的热情，损害商店的形象。

(三)按顾客需要分类

1. 方便性服务。即对顾客浏览选购商品提供便利。这类服务是任何业态的商家都应该提供的服务，也是商店的基本服务，满足顾客购物的基本需要。这类服务包括：提供方便的营业时间；商品货位有指示说明标志；商品陈列井然有序，色彩搭配协调；售货员具备基本的业务素质；有宽敞的停车场地等。

2. 商品购买的伴随性服务。即针对顾客在获得商品的过程中的要求提供服务。这类服务与购买商品有直接联系，也是商店提供的促销性质的服务。如提供导购人员、现场演示、现场制作、送货、安装、包装等服务。

3. 补充性服务。即对顾客期望得到的非购买商品的需求提供服务。这类服务对顾客起着推动作用，辅助商店成功地经营，可以说是推销性的服务。这类服务包括：休息室、餐饮室、自动取款机、寄存物品、电话咨询、订货、照看婴儿、停车等。这类服务能有效的吸引顾客，留住顾客，提高了顾客在停留时间的购买机会，同时也有助于体现商店的服务特色，树立商店的良好形象。

商场服务的形式多种多样，下面是一些较常见的服务项目。

(一)预订购物

对于市场上名牌的耐用消费品，为了满足顾客的消费需求，可以在成交前由顾客预交一定比例的订金，货到后商场按预定顺序结算付款。

优势表现：可以使顾客提前获得购买名牌耐用消费品的拥有感，并加速商品的销售速度。

(二)设置问讯处（咨询处）

问讯处一般设在商场底层的中心，工作人员一般是笑脸常开、精通业务的年轻

小姐。她们的主要任务，是让所有踏进商场的顾客高兴而来，满意而归。服务人员热心地向顾客介绍商场的布局，指导顾客到他们想去的柜台，充当顾客的购物参谋。有的问讯处还设有缺货登记簿，请顾客留下所需货品名称、数量及联系方式，一旦有货，即通知顾客，或者送货上门，除此之外，问讯处一般还负责大额货币兑换、出借电话、出售月票等工作。

(三)金融方面的服务

零售商场在通常情况下是以现金交易为主，但是为了消费者购物方便及大金额的交易，商场还提供如下金融方面的服务：

1. 信用卡付款。顾客使用银行或商场自己发行的信用卡购物，可以省去携带大量现金的麻烦和不安全感。

2. 分期付款。分期付款服务，一般是对价格较高的商品，在售出时只要求购买者先付一部分货款，顾客可以在买回商品后的一定时期内每期偿还一部分，期满结清货款。

这种服务既可以帮助顾客解决想买商品而又暂时财力不足的矛盾，又有利于加速商场商品和资金的周转，提高经济效益。

3. 赊销。赊销是商场提供的最受欢迎的服务项目之一，它允许顾客先把商品买回家，晚些时候再付款，所以它也是一种花费比较大的服务。但是，只要处理得当，是可以为商场增加收入的，因为它可以推动顾客购买，为商场带来更多的营业额。当然，如果赊销政策过于宽松，也可能使商场利润减少。

(四)包装服务

为顾客购买的商品予以妥善的包装，是商场服务中不可缺少的项目。这种服务可以很简单，只要将商品放在纸袋或塑料袋中就可以了；也可能比较复杂，像精致的玻璃器皿，需要放在专门防破碎的盒子中。

商场一定要使商场提供的包装上的服务，与自己经营的商品，以及商场的形象相适应。薄利多销的食品、杂品，只要简单地放在袋中，就可以了；高级服装则往往放在合适的盒子或美观的购物袋中，以利于顾客携带回家。也可以将顾客购买的商品放在预先包装好的礼品盒中进行销售，以符合商场自身的整体形象。

许多商场为顾客提供礼品包装服务，有的收一点费用，有的则完全免费，包括礼品盒和缎带及印有商场名称标记的包装纸、包装袋，提供这种包装不仅是一种友好的表示，而且也是一种广告形式。

(五)送货与安装服务

对于体积大、较笨重的商品，商场应为顾客送货上门，必要时还要为用户安装调试。这种服务既给顾客提供了较大的方便，又有避免用户在安装调试过程中出现不必要的事故，以免影响到商品与用户人身财产的安全，还可以为商场增加回头客。

(六) 邮购服务

邮购服务，是指商场对外地消费者求购的商品通过邮局寄送给顾客。这项服务方式的优点是节省顾客购买商品过程中所花费的时间和费用，促进商品销售。

顾客要求邮购的商品，一般体积较小，需求时间较紧，所以商场提供这种服务时，一定要注意弄清楚顾客地址，把商品包装牢固，并尽快发出。

(七) 商品的退换

做好商品的退换工作，是商场提高服务质量的一项重要内容。各个商场的退换政策是不一致的，有的是坚决不退不换，有的是顾客至上，有求必应，也有的采取折衷的政策。商场的退换政策如何，在很大程度上影响着顾客对商场的信任程度，进而影响到商场的营业额。聊师超市的商品退换根据《聊师超市商品退换货制度》进行，做到保证满意，超出期望。

(八) 商品的修理

装置有运动机件的任何产品，都是提供修理服务的对象。商场提供的商品修理工作，在商品保修期内实行免费维修，超过保修期则收取一定的费用。有条件的商场还对大件商品提供上门维修服务。

为顾客提供此项服务，有助于为商场带来更多的销售额，因为对顾客来讲，所买商品出现故障以后能否得到及时的修理，是非常重要的。在提供有此项服务的商场购物，顾客就如吃了定心丸，可以大胆放心地选购商品。

修理服务可能是最难办理的服务之一。比较好地修理服务，可以促进业务经营，为商场带来更多的销售额；但反过来，如果顾客得到的修理服务低于他预期的标准，那么，他今后就有可能不再来这家商场购物了。而且，会把他们的不满告诉他们的亲朋好友，反而会影响商场的销售。

(九) 形象设计服务

这是一项新兴的服务形式，它是由商场专门聘请形象设计师，为顾客进行形象设计。设计师根据顾客的身材、气质、经济条件等情况指导顾客该梳什么样的发型，做什么样的化妆，买什么样的衣服，配什么样的饰物。此项服务很受顾客欢迎，大大刺激了顾客的购买欲，而且很多顾客是服装、饰物整套地购买。

商家与顾客之间的关系，是服务与被服务的关系，只有被服务者接受服务以后确有收获，商场才能增加销售。这项服务设身处地为顾客考虑，投其求美的心理，有效地调动了顾客的购买欲，从而达到了促销目的。

(十)租赁服务

有些商场对于一些价格较高、顾客在生活中有时会用到但使用机会很少的商品，开展租赁服务。例如商场预备有婚礼服装、用具等，顾客遇到婚庆活动，可以向商场租用，只要付给一定的租金就可以。提供这种服务可以使这些商品尽快进入使用过程，尽早发挥商品的使用价值，并且提高这些商品的利用率。另外，顾客在租借和送还这些商品的时候，还可能会顺便从商场买走一些相关商品。

(十一)临时幼儿托管

现在很多大型商场设有幼儿托管室，凡携带幼儿来商场购货的顾客，都可以把幼儿寄托在这里，商场有专人负责照料。幼儿托管室除了备有各种玩具供幼儿玩耍之外，还提供一些糖果、点心等，对孩子的吸引力很大。

这项服务很受前来购物的携带儿童者的欢迎，因为带孩子到商场购物，往往因孩子吵闹玩耍影响了选购商品，无形中减少了在商场的停留时间，有了幼儿托管室，顾客可以放心购物了，购物时间延长，商场交易额自然会增加。

(十二)提供休息室

有的大型商场利用一部分场地，开辟顾客休息室，供顾客来此休息和交谈。休息室一般准备一些报纸、杂志供顾客阅览，并出售各种饮料和小点心，有的还播放音乐、影片、新闻。

(十三)提供连带销售

商场为方便顾客，在出售其主营产品之外，还兼营一些其他的商业项目。

例如现在很多商场都设有快餐厅、小吃部等，向顾客提供饮料食品销售，这些连带销售使顾客融购物休闲为一体，满足了现代人快节奏生活方式的要求。

还有的商场兼卖戏票和月票，甚至火车票、飞机票，也很受顾客的欢迎。

以上这些都是比较常见的服务项目，除此以外，有些商场还提供一些其他服务，如免费停车场、公用电话、彩色胶卷扩印、美容，为顾客购买的裤子免费签裤角等等，为顾客及附近居民提供了极大的便利。

接待顾客的技巧

商场超市售货员要研究和体察顾客的购买心理，针对不同类型的顾客，采取不同的接待方法。

1. 对顾客购买心理的综合研究方法：

▲**注视**：当顾客注意观看某种商品或伫立观看某广告牌的时候，售货员应注意观察顾客在留意什么商品，以此来判断顾客想购买什么。

▲**兴趣**：当顾客走近某种商品同时又用手抚摸某类商品时，反映顾客对某种商品产生购买兴趣。这时要向顾客打招呼说：“您来了，并且说：“请您随便挑选…”，随后观察顾客的购买意图。

▲**联想**：要使顾客联想到购买了某种商品后使用时的方便和愉快的心情等，售货员应主动介绍使用某种商品如何方便以及穿用这个商品时心情愉快等；

▲**欲望**：进一步促进顾客购买的欲望。售货员举出某顾客买了某种商品后的实例，以促进顾客购买的欲望。

▲**比较**：在顾客挑选商品时，售货员应主动介绍某种商品的质量和性能等等，以便于顾客比较；

▲**决定**：最后顾客通过比较决定购买某一种商品；

通过以上对顾客不同购买心理的综合研究，售货员应采取各种介绍商品的方法，促使顾客决定购买某种商品。

2. 对不同类型顾客的接待方法

▲**慎重型**：这类顾客在选购材料、食品或其他商品时，都是挑挑这个选那个的，即拿不定主意的顾客。对于这类顾客，售货员不能急急忙忙地说：“您想用点什么啊？”，而应该拿出两种以上的商品来，以温和的态度对比介绍。

▲**反感型**：对售货员的介绍，尽管你介绍的都是真实情况，他也认为是说谎骗人，这类顾客属于对售货员介绍商品抱不信任态度的顾客。对于这类顾客，售货员不应抱着反感，更不能带有怨气来对待顾客。

▲**挑剔型**：属那种对于介绍的商品“这个也不行那个也不是”比较挑剔的顾客。售货员对待这种顾客不要加以反驳，而要耐心地去听他讲，这是最好的办法。

▲**傲慢型**：经常在你跟前摆来摆去的，意思好像在说：“我是顾客啊！”售货员如果稍稍表现不耐烦或者没有面对着顾客，他就会提出抱怨和指责。对于这类顾客，年轻的售货员会感到不愉快。但是，为了接待好其他顾客，最好采取镇静沉着的态度。

▲谦逊型：当你介绍商品时，他总是听你作介绍，并且说：“真是这样，对，对。”对待这样的顾客，不仅要诚恳有礼貌地介绍商品的优点，而且连缺点也要介绍。例如：有的牙齿不太好的顾客购买食品，不仅要介绍某种食品味美价廉的优点，而且连“稍稍有点硬”等缺点也要一并介绍。这样就能取得顾客的信任。

3. 了解顾客意图后接待顾客的方法

▲希望很快买到商品的顾客：指名要购买某种商品。这类顾客是为了买某种商品有目的而来的。售货员应迅速地接待他们，并应尽快地把商品包装好送给顾客。

▲观望的顾客：顾客对这个商店抱怀疑态度，不知这个商店究竟如何，他一边观看橱窗一边犹豫地走进货场。对于这类顾客，售货员不必急于打招呼，应等待适当时机。

▲无意购买的顾客：进店没有购买的意思，看看有什么合适的再说。这类顾客看到中意的商品后眼神就变了。这时候售货员要主动打招呼。

▲连带购买的顾客：顾客急于想连带购买其他商品，因此售货员应注视着顾客或跟随顾客以促使其连带购买。

▲希望和售货员商量后购买的顾客：顾客进商店后各处看，好像要找售货员打听什么似的。这时售货员要主动打招呼，并说：“您来了，您想买点什么？”或“您好，需要帮忙吗？”。

▲想自己挑选的顾客：有的顾客自己愿意专心一意地挑选商品，不愿让别人招呼自己挑选商品。对于这样的顾客，售货员注视着顾客就行了。

▲下不了决心的顾客：有的顾客踌躇不决，下不了购买的决心。他们感到“买嘛，也可以”，但心里又想“也许以后会赶上更好一些的商品呢！”对这样的顾客，售货员应该积极地从旁建议，推荐商品。

4. 接待复数顾客的方法

▲跟来的顾客：他是跟着想买商品的顾客同来的，本人并无购买商品的愿望，但售货员如亲切地接待他，他也可能要买点什么，或者成为下次购买的顾客。

“您看这个怎么样呢？……”售货员可以面向跟着来的顾客这样征求意见。

▲中年的伴侣顾客：主要是男主顾的发言对购买商品作用较大。

“您的意见呢？……”售货员可以较多地面向男顾客征求意见。

▲年轻的伴侣顾客：往往是女性顾客的发言作用较大。

售货员应拿着商品较多地面向女顾客，请其挑选商品。

▲带孩子的顾客：可以俯下身子或蹲下来接待顾客。

可以面向那个小顾客征求意见说：“你看哪个好阿？……”

▲和男顾客同来的女顾客：要特别注意创造条件多让顾客发表意见为好。

5. 接待顾客的时机

顾客进店后，如遇下列情况时，售货员应主动接待：

- ★当顾客注视某一种商品或注视某商品的标价签的时候；
- ★当顾客较长时间在手里拿着某种商品的时候；
- ★当顾客的视线离开商品，向售货员的方向看的时候；
- ★当顾客对各种商品进行比较考虑的时候；
- ★当顾客拿出剪下的商品广告(DM 快乐)或拿出笔记本对照看着商品的时候。

6. 了解顾客的爱好

顾客是抱着想买到自己需要商品的目的走进商店里来的，他一进门就走近自己关心的商品货位。售货员可以从以下几种情况了解顾客的爱好；

- 顾客走进商店后，最先拿到的商品；
- 指着在玻璃柜里放着的商品；
- 顾客经过种种选择，拿过去放在一边的商品；
- 顾客多次注视和抚摸的商品；
- 多次向售货员询问的商品。

7. 让顾客挑选什么商品好

各个商店经营的重点不同，让顾客先看什么先挑选什么也不一样。

▲经营高档商品为主的商店：售货员应请顾客先看高档商品，看顾客的反映如何；然后再让顾客看中档商品。这样做，顾客很可能购买高档商品。

▲以经营中档商品为主的商店：应该先请顾客从中档商品开始看，根据顾客的反映再去看高档商品或低档商品，顾客多半可能购买中档商品。

▲以经营低档商品为主的商店：售货员应该从低档商品介绍起；便于顾客比较，也要让顾客看看中档商品，这样顾客经过比较很可能购买低档商品。

售货员应该按以上的程序，主动地介绍本商店侧重经营的商品，辅以比较性地介绍其他相类似不同价格的品种，很可能达到预期的目的。

8. 推荐商品的方法

▲售货员向顾客推荐商品，大体有以下几种要领：

- 售货员要拿好商品，尽量把商品交到顾客手里，便于顾客观看挑选；
- 食品一类的东西，允许品尝的，应尽量让顾客品尝；

像鞋和服装一类能够试穿的商品，应尽量让顾客试穿一下；

能够动的商品(如儿童电动玩具等)，应让顾客看到动态；

要选出某种商品本身的两个特点向顾客推荐介绍；

一边向顾客拿递商品，一边向顾客介绍商品的用途、性能等。

按照上述要领向顾客主动地推荐、介绍商品，能够促进顾客购买。即使经推荐，顾客仍不买时，售货员也不应表现出失望或不耐烦的样子。

▲按顺序推荐商品

售货员一般应做到会说会听。就是说，既能较详细地介绍商品，又能争取听到顾客的各种反映，要有次序地介绍商品。

首先介绍商品是什么：有的售货员一看到顾客在看某种商品，马上就跑上去介绍商品说“这个商品好”之类的话。这样并不一定会取得好的效果，正确的做法应该是在说这个商品好处前，要把这个商品是什么商品说明白。

介绍商品的特点和用途：介绍这种商品和其他商品不同的地方；介绍该商品所具有的特征；还要介绍该商品的使用方法和最适宜的用途。介绍商品用途，也是出售商品的要点。

介绍为什么具有这些特点：售货员虽然向顾客介绍了商品的特征、用途、适合在哪些方面使用等等，但也有的顾客仍不理解，又提出“为什么是那样的呢？”之类的问题。这时，售货员必须用实际例子来证明。譬如说“好多顾客都愿意先购这个商品”，或介绍有多少顾客买去了这种商品。

也可以推荐其他商品：售货员介绍商品、说明商品的特征和用途后，要进一步说明“商品是按照顾客们的需要购进的”，同时还可向顾客推荐说：“请您顺便看看这个商品”。

为使推荐的商品能够符合顾客的愿望，以促使顾客购买，售货员必须注意琢磨顾客还可能需要什么，以便有的放矢地介绍商品。

9. 商品脱销时接待顾客的方法

如顾客向售货员询问某种商品，商店已经卖完了，或者进货还没有运到时，售货员不能说“没有了”或“没货了”。这样答复顾客是不妥的。应该说：“不巧得很，现在没货了。如您急用，来货马上给您送去好吗？”或者说：“对不起，您要买的x x商品现在虽然没货，但是您看这个怎么样。这个商品不次于x x商品。”商店里如果有和顾客要买的商品相似的商品，可以按照以上说法试试看。

10. 顾客对购买的商品不中意的时候

商店出售的某种商品，如果不符合顾客的心意，这时顾客会说：“这个图案

不好啊！”或者说：“这个式样不好啊！”

售货员回答：“这个图案不好，您看这边这个怎么样？那么请您到这边来。”
这样回答不如说：“这个图案还算不错吧！再好点的，请您到这边来看看……”

营业员理想的应酬语

1. 迎接顾客时

您好，欢迎光临，欢迎选购。

2. 寒暄语

早安！早上（中午，下午，晚上）好

今天天气不错。

天气开始暖和起来了。

天气开始冷起来了，您要多注意啊！

下这么大的雨，您还特意来我们店里，真是太感谢了！

3. 表示感谢的语言

谢谢。谢谢您再次光临。

大老远跑到这儿来，真是太感谢了！

4. 回答顾客

是。

是的。

知道了。

5. 有事要离开顾客时

对不起，请稍候，我有事要离开一会。

抱歉，请稍等一会。

6. 被顾客催促时

实在对不起，马上就好。

请再等一下。

7. 询问顾客时

对不起，请问是哪一件？

8. 向顾客道歉时

对不起。

实在不好意思。

很抱歉。

9. 使顾客为难的时候

让您为难，真不好意思。

给您添麻烦了。

真是过意不去。

请原谅。

10. 说完全懂了的时候

明白了……。知道您的意思了。

11. 被顾客问住了时

不好意思，我去问一问，请稍等。

我有点搞不懂，让我去问问经办人。

12. 收钱的时候

谢谢，应收您 xxxx 元。

收下您 xxxx 元。

应找您 xxxx 元。

请您清点一下数目。拿好您的小票，您慢走！

13. 听顾客说不满时

不好意思。

对，您说得对。

实在对不起，我无能为力。

对不起，给您添麻烦了。

我给您马上查一查，请稍等。

给您添许多麻烦了。

今后，我会多注意，请放心。

感谢您如此的热情与关心。

14. 请顾客坐时

您好，请坐。

请坐，让您久等了。

16. 送顾客时

您走好。您慢走。

谢谢，欢迎再次光临

商场（超市）收银员的服务技巧

一.装袋服务

收银员在为顾客商品装袋服务时，应根据顾客的购买量来选择袋子的大小：不同性质的商品分开入袋，并掌握正确的装袋顺序：重、大、底部平稳的东西先放置于袋底；

正方形或长方形的商品应放入袋子的两侧；

瓶装及罐装的商品放在中间；容易碰损、破碎，较轻、较小的商品应置于上方；

容易溢出或味道较强烈的商品，应先用其他购物袋装好，再放入大的购物袋内。商品不能高过袋口，以免顾客提拿不便。

入袋前应将不同客人的商品分清楚。装袋时要避免不是一个顾客的商品放入同一个袋中的现象；提醒顾客带走包装好的购物袋，以免遗忘在收银台。

超市在促销活动中所发的广告页或赠品要确认已放入包装袋中；

对体积过大包装袋装不下的商品，要用绳子捆好，方便顾客提拿；

二.零钱准备

为了应付找零及零钱兑换的需要，每天开始营业之前，每个收银机必须在开机前将零钱准备妥当，并铺在收银机的现金盘内。常用的技巧有：

1. 零用金应包括各种面值的纸币及硬币、其金额可以根据营业规律来决定，每台收银机每日的零用金应相同。

2. 收银员在营业过程中应随时检查零用金是否足够，发现不足时应及时通知收银主管兑换。零用金不足时切勿大声喊叫，也不能和其他的收银台互换，更不能因零用金不足而拒绝收银服务。

三.会员购物作业技巧

作为会员制超市（或拥有部分固定会员），每个收银员必须明确会员制超市的服务规范，明确会员卡的作用，特别要熟悉每期 DM 快讯上“特价”商品的品项、种类及 DM 快讯的有效日期，遇到顾客购买快讯商品时，应主动热情地要求顾客出示会员卡；对不是本超市会员的顾客（非会员），要耐心解释，告知非会员不能享受会员价的原因；对使用购物券、礼金券购物的顾客，应认真记录会员卡号、小票号、消费金额等，以便查核。

四.具体操作中的应对技巧

由于顾客要求的多样性和复杂性，难免会有不能满足顾客要求的情况出现，使顾客产生抱怨。而这种抱怨，又常常会在付账时对收银员发出。因此，收银员还应掌握一些应对的技巧：

1. 暂时离开收银台时应说：“抱歉，请您稍等一下”

2. 重新回到收银台时应说：“真对不起，让您久等了！”
3. 自己疏忽或没有解决办法时应说：“真抱歉：...”，“对不起：...”
4. 提供意见让顾客决定时应说：“若是您喜欢的话，请您……”
5. 希望顾客接受自己的意见时应说：“实在是很抱歉，请问您……”
6. 当提出几种意见供顾客参考时应说：“您的意思怎么样呢？”
7. 遇到顾客抱怨时，应仔细聆听顾客的意见并予以记录，如果问题严重，不要立即下结论，而应请主管出面向顾客解释。其用语应为：“我明白您的意思，我会将您的建议汇报给店长并尽快改善。”
8. 当顾客买不到商品时，应向顾客致歉，并给予建议。其用语为：“对不起！现在正好缺货。让您白跑一趟。您要不要先买别的牌子试一试？”“请您留下您的电话和姓名，等新货到时我们马上通知您。”
9. 不知如何回答顾客询问时，决不能说“不知道”，而应回答：“对不起，请您等一下，我会请主管、店长来为您解答。”
10. 顾客询问商品是否新鲜时，应以肯定、确认的语气告诉顾客：“一定新鲜。如果您买回去不满意，欢迎您拿来退钱或换货。”
11. 顾客要求包装礼品时，应微笑着告诉顾客：“请您先在收银台结账，再麻烦您到前面的服务总台(同时应打手势，手心朝上)，会有专人为您服务。”
12. 当顾客询问特价商品时，应先口述 2 种特价商品，同时应出示 DM 宣传快讯给顾客看，并告诉顾客：“这里有详细的内容介绍，请您慢慢参考选购。”
13. 在店门口遇到购买了本店商品的顾客时应说：“谢谢您，欢迎再次光临：”(面对顾客点头示意)
14. 收银空闲遇有顾客不知要到何处结账时应说：“欢迎光临！请您到这里结账好吗？”(以手指向收银台，并轻轻点头示意)
15. 有多位顾客等待结账，而最后一位表示只买一样东西，有急事待办时，收银员应对第一位顾客说：“对不起，能不能先让这位只买一件商品的先生(小姐)先结账？他好像很着急。”当第一位顾客答应时，应对他说声“谢谢”。当第一位顾客不答应时，应对提出要求的顾客说：“很抱歉，大家好像都很急。”

顾客纠纷的处理(客怨处理)

商场在为顾客服务的过程中，难免会与顾客发生纠纷，因此，对于顾客纠纷的处理，也是商场服务工作中的重要内容。商场对顾客纠纷处理得好与坏，将在很大程度上影响商场的经营业绩。

(一)顾客纠纷的处理过程

商场在处理顾客纠纷时，一般分四个阶段来进行。

1. 详细倾听顾客的抱怨。若发生顾客投诉时，商场工作人员首先要仔细倾听顾客的抱怨，让他把心里想说的话全部说完，这是最基本的态度。如果工作人员不能仔细听完顾客的理论而中途打断他的陈述，可能引起顾客更大的反感。顾客既然

会产生不满情绪，表明他的精神或物质上受到了某种程度的损害，因此，他在提出抱怨时很可能会不太理智，甚至可能说出一些粗鲁的话来。工作人员应该理解顾客心情，切不可与之发生冲突。

2. 向顾客道歉，并弄清原因。在听完顾客的抱怨之后，应立刻向顾客真诚地道歉，以平息顾客的不满情绪，并对事件的原因加以判断、分析。有些顾客可能比较敏感，喜欢小题大作，遇到这种情况，千万不要太直接地指出他的错误，应该婉转地、耐心地向他解释，以取得顾客的谅解。

3. 提出解决问题的方法并尽快行动。在听完顾客抱怨，向顾客道歉，并对问题产生的原因加以说明之后，就应该提出合理解决问题的方法了。在提出解决方法时，应该站在顾客的立场，尽量满足顾客的要求。与顾客达成共识后，商场必须迅速采取补救行动，而不能拖延，否则，顾客的抱怨不仅不会消除，反而会加重，因为顾客又有新的不满产生了。

4. 改进工作，不让同样的问题再发生。商场处理顾客纠纷，不能满足于消除顾客的不满，更重要的是通过顾客的不满找出商场工作上的薄弱环节，并加以改进。否则的话，虽然通过补救措施消除了这个顾客的不满，但同样的抱怨还会发生，这个问题实际上等于没有解决。可以说，顾客的每一次抱怨都为商场变得更好提供了机会。

(二)处理顾客纠纷的方法

要解决好与顾客的纠纷，必须首先找出顾客不满的原因，然后针对不同的原因采用不同的处理办法。下面是几种最常见的引起顾客纠纷的原因及相应的处理和预防方法。

1. 商品不良引起的纠纷。商品不良包括商品品质不良、商品标志不全、商品有污损、破洞等。虽然商品不良往往是制造商的责任，例如衣服洗后缩水、褪色或罐头里有异物，但商场并非完全没有责任，因为商场负有监督商品的责任。为了保证商场售出商品的质量，商场在进货时应严把质量关，在陈列时注意商品的保护，在销售时详细向顾客解释商品的使用、保养方法，避免因顾客使用不当而引起商品损坏，甚至引发事故。

如果发生此类纠纷，不论责任在谁，商场都应诚恳地向顾客道歉，然后奉上新的商品，如果顾客用了该商品而发生物质上或精神上的损失，商场还应适当地给予补偿。

2. 由服务方式上引起的纠纷。这里所指的服务方式是指商场营业员接待顾客时的服务方式。营业员接待顾客方式的好坏，直接关系到顾客对商场的信任程度。顾客对营业员服务方式的不满主要表现在以下几个方面：

(1)营业员态度不当

营业员在接待顾客时，经常会因态度不当而引发顾客纠纷。例如，营业员只顾自己聊天，不理睬顾客招呼；营业员因顾客购买金额不多而冷淡、应付，或者不屑一顾；营业员在顾客准备买商品时，热情相待，倘若顾客决定不买，营业员马上板起面孔，甚至冷嘲热讽；还有些营业员会与顾客发生争吵。这些行为很容易引起顾客不满。

由于营业员态度不当而造成的纠纷，不像商品不良一样有明确的证据，而且同样的待客态度也可能由于顾客的不同而有不同的反应；所以，处理此类纠纷，比处理由于商品不良引起的纠纷要难一些。

出现此类纠纷以后，顾客一般不会再与营业员理论，而是直接找经理投诉。碰到此类情况，经理可以采用两种处理方法：一是仔细听完顾客的抱怨，然后代表商场向顾客致歉，并保证一定会加强对营业员的教育，不让类似情况再次发生；二是陪同肇事的营业员一起向顾客道歉，以期获得顾客的谅解。

采用第二种方法适用于顾客情绪非常激动的情况。由于采用这种方式，会使发生纠纷的双方再次见面，顾客很可能言辞激烈，再次指责营业员，而营业员也可能会有为自己辩解。为了避免再次发生冲突，经理应事先和营业员谈话，指示不管受到多么严厉的指责也一定要忍耐下来。

(2) 营业员工作上出现失误

不管营业员如何注意服务态度，偶而也会因为一时的疏忽而引起顾客的不满。例如算错了钱，多收了顾客的钱款；或者为顾客介绍商品时不准确，以至顾客买错了商品；或者拿给顾客的商品与顾客要求的号码、规格不符，等等。

当顾客发出此类抱怨时，营业员必须诚恳地向顾客道歉，并且承担所有责任，而不要把一丝一毫的责任推卸给顾客。如果顾客觉得自己有部分责任，如没讲清要求等，他会自己说出来，好让营业员感觉好一些。反之，营业员若暗示顾客也有责任，只会使情况变得更糟。向顾客道歉以后，营业员要征求顾客意见，或者退掉商品，或者换一件新的，或者补给顾客多收的款项。只要营业员确实有改正失误的诚意，仍会获得顾客的好感。

顾客走后，营业员还要认真分析失误的原因，并采取相应的措施，确保今后不会重蹈覆辙。

(3) 顾客对营业员产生误会

有时候营业员可能没犯什么错，也没什么不称职的地方，但顾客会因为对营业员及其提供的服务持某种主观的否定态度而产生不满情绪。例如，顾客认为营业员为他挑选商品不够耐心，尽管营业员已经尽了最大努力。

如果发生了此类纠纷，营业员仍应先向顾客道歉，然后再仔细地、平静地把原委解释清楚。但注意不要把话说得太明确，以免使顾客难堪。

因为营业员工作的目的是让顾客满意，所以不论自己有没有失误，都可以这样

对顾客说：“你说得对。真对不起，我能做什么来补救吗？”在这样的气氛里，顾客的不满很容易会化解掉。

3. 使用不习惯的新产品、新材料后产生的纠纷。这种情况主要是指新型的衣服、衣料在使用过程中出现的问题。由于新型衣料不断增加，在使用、洗涤、保存方面产生的问题也越来越多。例如近几年流行的羊绒衫，又轻便又保暖，但是在洗涤时如果用一般的洗涤用品，羊绒衫就会缩水、变形，让许多顾客感到相当不方便。

为了避免顾客产生这类抱怨，营业员在销售这些商品时，应事先了解清楚这些商品的特性及使用、保管和洗涤的方法，以便全面地向顾客介绍这些商品的优缺点，以及在使用、保存和洗涤时应特别注意的问题，这样才不至于产生太多的问题。

4. 顾客需要的服务超过商场的能力而引起的纠纷。有时候，顾客要求的服务水准太高，令商场来不及安排，或者根本无力提供。这时候，如果营业员只简单地说声“不”，而不做任何解释的话，也会引起顾客的不满。对待这种情况，营业员应该首先如实告诉顾客商场的局限，然后主动帮助顾客寻找解决问题的方法。例如，当顾客要求某种商场不提供的服务时，不要说“不，我们没有这种业务。”而是说：“没问题，虽然我们没有这种业务，但我知道哪些单位能提供这种服务。”然后把有关单位的地址和电话号码介绍给顾客。如果商场没有这些资料，可以告诉顾客到哪里能查到有关内容。如果这样做了，虽然顾客没有得到他们所需要的服务，但也会对商场留有好的印象。

总之，商场在处理各种顾客纠纷时，要掌握两大原则：一是顾客至上，永远把顾客的利益放在第一位；二是迅速补救，确定把顾客的每次抱怨看作商场发现弱点、改善管理的机会。只有这样才能重新获得顾客的信赖，提高商场的业绩。