

《电子商务客服管理》课程标准

课程代码：03320242E3

建议课时数：48

学分：3

适用专业：电子商务

先导课程：计算机应用基础、电子商务概论、销售心理学、电子商务文案设计

后续课程：综合实训、跟岗实训、顶岗实训

开课单位：经济管理系

一、前言

（一）课程的性质

《电子商务客服管理》是电子商务专业的一门专业核心课程，在第四学期开设。该课程对学生的服务理念、客户服务执行技能的训练与养成起着关键作用，是满足学生从业需要的关键课程。通过本课程的学习，培养学生树立先进的客服服务理念，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作，培养学生的学习能力、实践能力和创新能力，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力、实践能力和创新能力，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事客服工作奠定坚实的理论和实践基础，更要为学生的职业生涯中有能力不断获得新的职业和职业资格，创造更广阔的发展空间。

课程类型为：（理论+实践）课（B类）

（二）设计思路

课程设计理念是以职业需求分析为起点，以工作任务为驱动，以电子商务客服管理设计教学程序，精心筛选典型工作任务组织教学。

在课程内容的选取上，紧密围绕完成工作任务所需的知识与技能，充分考虑高职院校学生的认知规律，突出教学内容的实用性、趣味性。

在课程内容的进程安排上，以电子商务客服管理的基本教学内容来设计，具体的教学内容体系包括：客服工作岗位介绍、客户服务平台操作应用、订单处理、售后服务、维护客户关系等。

在课程教学实施上，将客服工作中常遇到并需要解决的问题设计为项目案例，在课堂教学中注重教学情景的创设，通过案例来引导来组织教学活动，使教学要求贴近电子商务客服岗位工作实际，体现高等职业教育的特征，突出教学过程的目的性。

该门课程的总学时建议为 48 课时，其中理论讲解 24 课时，视频自学 24 课时。

二、课程目标

通过本课程教学，要求学生掌握包括客服工作岗位介绍、客户服务平台操作、订单处理、打包发货、售后服务、维护客户关系等客服能力。学生通过该课程的学习，能具备电商客服的现场随机应变能力、形象思维能力、操控表现能力，能够达到电商客服各方面的要求。通过项目任务促使同学们自主学习，制定工作计划、发现问题、解决问题。要深化对职业能力的理解，既要重视显性的专业技能教育，又要重视职业能力的隐性人格培养。

（一）知识目标

1. 学习网络客服的基础知识和网络客服技巧；
2. 掌握网络客服岗位的基本技能，具备网络客服的基本素养；
3. 掌握客服的工作流程，做好销售知识储备，流程培训和准备；
4. 掌握客服沟通话术。

（二）技能目标

1. 熟练应用各种客户关系管理工具及方法对客户进行管理和维护；
2. 能够使用网络工具友好地与客户进行沟通；
3. 能够在线接待不同的客户；
4. 能够处理商品订单打包发送、售后服务工作；
5. 能够较好的维护客户关系。

（三）素质目标

1. 培养学生爱岗敬业的精神；
2. 树立良好的学生职业形象；
3. 培养学生在客户接待等工作中热情、友善地与客户交流；
4. 养成顾客至上及诚信的服务宗旨。

三、课程内容和要求

根据专业课程目标和涵盖的工作任务要求，确定课程内容和要求，说明学生应获得的知识、技能与态度。

序号	工作任务	知识要求	技能要求	思政内容
1	电子商务客服认知	<ul style="list-style-type: none"> ● 掌握电子商务客服的基本概念 ● 掌握电子商务客服的分类 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够对客服的工作进行区别并分类 ● 能够明确客服的角色 	思政教育： 热情主动的服务意识，为人民服务；勇

		<ul style="list-style-type: none"> ● 掌握电子商务客服的重要作用和意义 ● 了解电子商务客服的应具备的基本素质 ● 了解电子商务客服应具备的知识及基本沟通技巧 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够与顾客交流时巧用表情、礼貌用语 	于承担责任的工作态度；拥有博爱之心，真诚对待每一个人
2	客服岗前知识准备	<ul style="list-style-type: none"> ● 掌握电商平台的规则 ● 掌握平台购物的流程 ● 了解商品的专业知识 ● 了解商品的周边知识 ● 了解千牛工具的界面 ● 了解店小蜜的界面 ● 了解子账号的界面 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够分析电商平台首页的各大功能 ● 能够用电商平台进行购物 ● 能够制作商品信息相关表格 ● 能够使用千牛工具完成顾客咨询 ● 能够完成千牛的首句回复设置与快捷短语设置 ● 能够创建、删除、修改子账号，能够设置旺旺分流 ● 能够开通店小蜜功能，完善店小蜜知识库与欢迎语设置 	思政教育： 勇于专研的精神；文明、平等、和谐、自由、平等、公正、法治、敬业、诚信、友善
3	售前客服	<ul style="list-style-type: none"> ● 掌握售前客服接待的流程 ● 掌握迎接问好的知识和技巧 ● 掌握疑问解答的知识和技巧 ● 掌握产品推荐的技巧和方 ● 了解促成订单与订单确认的重要性 ● 掌握引导评价和礼貌告别的知识和技巧 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够熟知售前客服接待顾客的流程 ● 能够利用千牛软件欢迎顾客的到来 ● 能够精准的解答顾客的疑问 ● 能够熟练使用销售技巧向顾客推荐产品 ● 能够利用巧妙话术快速促成订单完成 ● 能够引导顾客对店铺进行正面的评价 ● 能够欢送顾客 	思政教育： 增加“处变不惊”的应变力；积极进取、永不言败的良好心态；诚信；讲礼仪；谦和的态度；热情主动的服务态度
4	售中客服	<ul style="list-style-type: none"> ● 掌握催付的含义 ● 掌握售中客服催付的流程 ● 掌握顾客下单未付款的原因 ● 了解催付的合理时间 ● 掌握催付的技巧 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够熟知售中催付的流程 ● 能够选择合理的时间对顾客进行催付 ● 能够选择恰当的工具进行催付 	思政教育： 积极进取、永不言败的良好心态；电话礼仪；诚实守信；谦和的态度

		<ul style="list-style-type: none"> ● 了解催付的工具 ● 掌握结果备注的目的与方法 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够运用各种技巧对顾客进行催付，促使顾客付款 ● 能够对每一笔催付的订单进行结果备注 	
5	售后客服	<ul style="list-style-type: none"> ● 掌握售后客服的重要性 ● 了解售后客服处理的基本思路 ● 掌握查件查单的知识与方法 ● 掌握退款及换货处理的知识和方法 ● 掌握售后和投诉的知识和处理技巧 ● 掌握评价的管理方法 ● 掌握电话沟通的技巧 ● 掌握活动期间的知识和应对方法 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够对顾客的商品进行查件查单 ● 能够给顾客的订单退款及换货 ● 能够解决顾客售后问题和处理顾客纠纷 ● 能够对顾客的评价进行管理 ● 能够利用电话工具与顾客沟通修改中差评 ● 能够在活动期间，做好充分准备，从容应对顾客 	思政教育： 电话礼仪；诚实守信；谦和的态度；强烈的集体荣誉感；良好的自控力，忍耐与宽容是一种美德；勇于承担责任；拥有博爱之心，真诚对待每一个人
6	客户关系管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 掌握客户关系管理的内涵和重要性 ● 掌握维护老客户、增加新客户的重要性 ● 掌握常用的客户关系管理软件 ● 了解客户的分类及客户购物心理学 ● 掌握客户的购物路径及客户打标的方法 ● 掌握客户关怀的重要新及方法 	<ul style="list-style-type: none"> ● 能够从多渠道收集客户信息，并运用客户软件整理客户资料 ● 能够从销售角度对客户进行分类，并分析客户的心理活动，制定相应办法 ● 能够对客户进行打标 ● 能够关怀客户 	思政教育： 热情主动的服务意识，为人民服务；社会责任感

四、教学设计

序号	工作任务	知识点	训练或工作项目	教学重点	教学情境与教学设计	建议学时
1	电子商务客服认知	网店客服的基本概念；网店客服的分类；网店客服的重要作用；网店客服的基本素质；网店客服应具备的知识及基本沟通技巧	● 训练一：打字练习	网店客服的分类；网店客服应具备的知识及基本沟通技巧	<ul style="list-style-type: none"> ● 课前讨论：你认为客服在电商工作中充当的是什么角色？他主要在干什么？ ● 引导案例：在讨论基础上引出顾客与 	4

					<p>客服交流的案例？ (阐述一个专业客服的重要作用和意义)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●强调课程重要性：在沟通一些数据，指出“客服岗位的缺口巨大，引起学生重视，再展开课程内容 	
2	客服岗前知识准备	<p>电商平台认知及商品知识；千牛工具的使用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●训练一：千牛工具首句回复设置 ●训练二：子账户得建立、修改、删除，旺旺分流设置 ●训练三：店小蜜开通，知识库完善，欢迎语设置 	<p>商品知识；千牛工具的使用和设置</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●引导案例：例举电商的各大平台，告之我们的顾客大多都来自这些平台，以此为基础展开对平台规则的讲解 ●情景在现：网购的特殊性，顾客在网上购买商品的时候，是不能接触到产品本身，只能通过页面浏览和客服在线沟通，来获取商品的相关信息。引出商品知识的讲解 ●课前讨论：客服工作主要与顾客在即使通讯工具上交流，你认为用 qq、微信、千牛哪个软件好。由此引出客服工具千牛的讲解。 	4
3	售前客服	<p>售前客服之迎接问好；售前客服之疑问解答；售前客服之产品推荐；售前客服之促成订单及订单确认；售前客服之引导评价及礼貌告别</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●训练一：收集售前客服话术（通过自己总结、百度搜索、淘宝客服问答等方法对不同情景的顾客的常见问题的答复进行话术收集) 	<p>售前客服之疑问解答；售前客服之产品推荐</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●课前讨论：售前客服主要干什么？引出售前客服的 7 个工作流程，并一一进行讲解。 	12
4	售中客服	<p>挑选催付订单；分析未付款的原因；催付的时机；催付的工具；催付结果备注</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●训练一：情景在现，模拟售中客服问答（角色扮演，通过 	<p>挑选订单与分析原因；催付结果备注</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●课前提问：什么是售中催付？要怎么进行催付。引出售中催付的 5 个工作流程，并一一进行 	4

			电话沟通方式,进行售中催付)		讲解。	
5	售后客服	售后客服处理的基本思路;查件及查单;退款及换货处理;售后和投诉;评价管理;电话沟通技巧;活动流程	●训练一:收集售后客服话术(通过自己总结、百度搜索、淘宝客服问答等方法对不同情景的顾客的常见问题的答复进行话术收集)	查件及查单;退款换货处理;售后和投诉;评价管理	●课前讨论:首先我们来思考一下,一个店铺所追求的目标是什么?引出作为售后客服人员,在其中扮演着举足轻重的角色,我们要重视售后工作,售后的工作有哪些?然后一一进行讲解	20
6	客户关系管理	客户心理学;客户关怀	●训练一:情景在现,进行客户关怀(角色扮演,通过电话、千牛、短信方式,进行客户关怀)	客户心理学;客户关怀	●引导案例:以客户在必萨店订餐的过程引出客户关系管理的重要作用,以此展开客户关系管理的内涵及客户关系管理软件功能介绍	4

五、实施建议

(一) 教材选用与编写

(1) 在教材内容选取上,应凸显实践性、应用性和层次性的特征,强调与岗位业务相吻合,并易学、易懂、易接受。同时又要具有前瞻性,应将本专业领域的发展趋势以及操作中的新知识、新观念、新技术和新方法及时地纳入其中。

该课程由于涉及的领域较多,任课教师在该课程上的教学内容体系不尽相同,导致了教材之间内容差异较大。按照本课程标准,选用或编写的教材应当围绕电子商务客服认知、客服岗前知识准备、售前售中售后客服知识与技巧、客户关系管理几大模块展开,展现完整地电子商务客服管理处理流程。在本课程的多个教学模块中,售前售中售后客服知识与技巧和客户关系管理是本课程的特色及核心内容,教材编写应当较为详细。

(2) 在教材内容组织上,本课程教材的编写应打破传统的学科型内容体系,构建以岗位职业能力以及职业标准为依据的课程内容体系,以本课程标准为依据进行编写。

(3) 教材应注重教学内容的情景创设和案例链接,加强教学内容与专业培养目标的关系性,挖掘学生既有知识与讲解内容的关联性,激发学生的学习热情和积极性。

(4) 教材编写应注重可操作性和拓展性。除知识讲解外,教材应当配有可供

学生练习的要素：例如课后习题、课堂小实验、实训指导等；教材应当根据教学内容设置立体资源，给出相关参考资料、网络视频等链接地址，方便师生拓展阅读学习。

（二）教学建议

（1）适时调整教学内容

在教学内容方面，由于电子商务发展进步较快，因此教师在教学过程中要紧跟行业发展趋势，适时补充电子商务客服管理领域的最新成果；在千牛工具教学章节，由于千牛软件会随着时代需求在不断进行更新，建议在教学过程中参照最新的软件进行教学；在客户关系管理软件的教学上，建议重点讲最近几年解常用软件的特点，不要局限于某一个客户关系管理软件的使用。

（2）采用讲练结合的教学策略

该课程的理论性较强，在教学过程中，应以实例讲解和实践操作相结合，通过“理实一体”进行教学，培养学生思考问题，分析问题和解决问题的能力。通过课堂讲授、课堂练习、课堂小实验、情景再现等，引导学生加深对电子商务客服管理的理解。例如，在售前、售中、售后客服知识及技术部分，教学过程中建议充分利用客服顾客角色扮演，提高课堂趣味性与参与性，引导学生主动思考。

（3）采用信息化教学手段提高教学互动性

移动互联网时代下的学生学习习惯已经发生较大变化，传统教学模式已经很难吸引学生兴趣。在本课程教学中，建议在采用传统多媒体授课的基础上，引入超星教学平台，通过预习任务推送、弹幕互动、随机点名、课堂练习、不懂反馈等多种手段提高课堂互动性，增进教学效果。

（三）教学基本条件

（1）师资条件

本课程是电子商务客服管理、信息技术与销售知识的交叉学科，要求任课教师不仅具电子商务客服管理的理论知识，更需要具有较强的计算机应用能力，销售、心理学、物流等专业背景的教师较适合本门课程的教学。此外，具备“双师”素质的教师将能够更好地在教学过程中渗透专业思想。

（2）学生条件

由于课程的交叉融合特性，要求学生在学习本课程之前有一定的基础知识，其先修课程至少应当包括电子商务概论、计算机应用基础、网络营销与策划、销售心理学、电子商务与现代物流等，故此课程应当在电子商务专业的第二学年开设。

（3）实训条件

在教学环境条件方面，为给学生提供充分的实践锻炼机会，应当建有基本的

电子商务实训室，其需求网络、电脑、客服工作软件、客户关系管理 CRM 软件。

（四）课程资源的开发与利用

（1）编写实训指导书和实验实训教学标准。

（2）利用现代信息技术开发研制各种形式的多媒体教学课件，为学生搭建一个立体的学习平台，激发学生的学习兴趣和积极性，调动学生学习的主动性和积极性。

（3）应充分利用电子商务企业资源，进行校企合作，建立实习实训基地，满足学生参观、实训和实习的需要，并在合作中关注学生职业能力的发展和教学内容的调整。

（4）积极开发和利用网络课程资源。

（5）校企合作编写校本特色教材。

六、教学评价

针对本课程操作性较强的特性，建议采用多元化的评价方式。

（1）改革考核手段和方法，加强实践性教学的考核，可采用过程和结果考核相结合的考核方法。

（2）由主讲教师结合考勤情况、学习态度、课业、平时测验、实验实训、现场操作、物流大赛等情况考核，综合评定学生成绩。

（3）应注重对学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生给予特别鼓励，综合评价学生的能力。

本课程为考试课。百分制考核，旨在考察学生的理论学习和实践项目的执行能力。考试内容为闭卷考试，主要考察学生的专业知识，专业技能和职业素质。形成性考核主要考察学生考勤情况、平时作业、课堂表现、自主学习等方面的水平和程度。

课程分数结构：

内容	成绩比例
课堂评估（考勤、教师评估、课后作业）	35%
实践成绩	35%
期末成绩	30%

如学生在课程分数中得到的分数低于 60%，将会有一次补考机会。

如学生在补考中仍没得到 60%的分数，则该生需重修本课程/教学模块。

[附]执笔人：李立

审核人：彭玉

制定（修订）日期：2021 年 3 月