高职客户服务与管理课程教学改革实践与研究

陈献辉，彭则然

（湖南邮电职业技术学院，湖南长沙 410015）

【摘要】高职客户服务与管理课程内容理论性强，教学设计难度较大，需要通过体验和实践来提升学生对客服技能要点的掌握。在分析客户服务与管理课程教学现状的基础上，探索使用多种教学方法激活课堂、线上线下结合创新翻转课堂教学模式、引入技能实训项目加强实践技能培养的实践和研究，取得了较好的教学效果。

【关键词】客户服务与管理；课堂教学；教学改革

【doi:10.3969/j.issn.2095-7661.2019.04.029】

【中图分类号】G712　　【文献标识码】A　　【文章编号】2095-7661(2019)04-0088-03

Research on teaching reform and practice of higher vocational education course *Customer Service and Management*

CHEN Xian-hui, PENG Ze-ran

(Hunan Post and Telecommunication College, Changsha, Hunan, China 410015)

Abstract: The higher vocational course *Customer Service and Management* has the characteristic of deep theory and it is difficult to make teaching design. It is necessary to help students master the knowledge of customer service technical ability by learning through practice. Based on the current status analysis of the course, this paper explores multiple teaching methods to activate the classroom atmosphere. It suggests an innovative solution which is online and offline teaching combined with flipped classroom. On the other hand, the research lead in the project of technical ability practical training. It has promoted the depth of the research and practice in practical technical ability training, which achieved a considerable effect in classroom teaching.

Keywords: *Customer Service and Management*; classroom teaching; teaching reform

随着互联网时代的到来，以制造业为主体的工业经济已经成为过去，第三产业主导的服务经济时代强势到来。在这一大背景下，用户的个性化需求被前所未有的激发，越来越多的企业将重心从单纯的营销转向客户服务。良好的客户服务能够联系企业与客户间的感情，维护并营造企业良好的社会形象，并最终实现培养消费者对于企业和产品忠诚度的长远目标，所以企业对于客服人员的素质要求也在不断提升[1]。客户服务与管理是高职电子商务专业学生必须掌握的专业核心技能之一。在分析客户服务与管理课程教学现状的基础上，结合教学工作实践，对客户服务与管理课程教学改革进行了实践与探索，取得了较好的教学效果。

1 客户服务与管理课程教学现状分析

1.1 课程简介

客户服务与管理是电子商务专业的专业核心能力课程，课程内容理论性强，需要通过体验和实践来提升学生对客服技能点的掌握，与客户服务管理岗位职业技能紧密相连。通过本课程的学习，要求学生能分析企业竞争对手发展状况，提炼自身企业产品或服务的特色及优势，并能进行客户的分级管理；了解客户沟通风格，根据不同的沟通风格选择合适的沟通方式，使用合理的售前接待流程和沟通技巧进行售前沟通；能合理利用投诉处理的基本技巧，来解决客户异

[收稿日期] 2019-08-31

[作者简介] 陈献辉（1979-），女，湖南汨罗人，湖南邮电职业技术学院副教授，华中师范大学访问学者，硕士，研究方向：电子商务、教育信息技术。

[基金项目] 2018 年湖南省教育科学研究工作者协会课题“以职业能力为核心的电子商务专业中高职衔接课程体系研究与实践”（课题编号：XJKX18A162）。

议并进行客户维系。在实践项目中培养学生的服务意识和创新思维，锻炼语言表达和沟通能力，使学生的理论知识和客服职业技能共同发展[2]。

1.2 学情分析

该课程授课对象为电子商务专业二年级学生，90 后的他们有想法、有创新，对网络、智能终端等信息平台很感兴趣，能熟练利用互联网搜索并浏览与学习内容有关的知识。同时，也发现影响他们学习质量的主要因素有：学习兴趣、自主学习能力、文字归纳总结和语言表达能力、实践能力、团队合作等。

2 客户服务与管理课程教学改革与实践

2.1 使用多种教学方法激活课堂

本课程内容理论性强，使用情境创设、角色扮演、经典类比、案例分析、微课学习、话术大比拼等教学法开展教学，将客户服务与管理课程中枯燥的理论形象化，以情景化的方式展示教学要点，激发学生兴趣，提高教学效果。下面以探寻客户需求为例介绍集情境创设、角色扮演、案例分析于一体的教学设计。

课前学习可通过网络学习平台发布材料“老太太买水果”，要求学生提前了解角色扮演的内容和情节，为上课角色扮演做准备。课中学习具体内容如下：

2.1.1 通过角色扮演创设情境

四位同学分别扮演老太太和三个小贩，老太太到小贩 A、B、C 处买李子的场景，体会和比较三种销售方式的不同。通过课程平台“抢答”功能提问：为什么三个小贩会有完全不同的销售结果呢？引出本次课程的重点内容：探寻客户需求的意义和方法。

2.1.2 情景案例学习

由提问引出探寻客户需求的意义：客服人员的服务技能得到有效提升；企业增加成交率，提高销售业绩；有效维护客户对企业的忠诚度。

接下来由情景案例引出探寻客户需求的步骤：第一个小贩急于推销自己的产品，根本没有探寻客户的需求，自认为自己的产品多而全，结果什么也没有卖出去。第二个小贩有两个地方比第一个小贩聪明，一是他第一个问题问得比第一个小贩高明，是促成式提问；二是当他探寻出客户的基本需求后，并没有马上推荐商品，而是进一步纵深挖掘客户需求。当明确了客户的需求后，他推荐了对口的商品，很自然地取得了成功。第三个小贩是一个销售专家，他的销售过程非常专业，首先探寻出客户深层次需求，然后再激发客户解决需求的欲望，最后推荐合适的商品满足客户需求。他的销售过程主要分为：第一步，探寻客户基本需求；第二步，通过纵深提问挖掘需求背后的原因；第三步，激发客户需求；第四步，引导客户解决问题；第五步，推荐解决方案。

然后由情景案例引出探寻客户需求的方法：此处运用传统中医文化“望问闻切”来类比探寻客户需求的方法。敏锐的观察能力是市场营销人员必须具备的特质之一，也是挖掘客户需求的基本前提；使用正确的提问方法是挖掘客户需求的核心；用同理心倾听客户的需求是客服人员的必备素质；快速反应、给出解决方案是达成交易的必经之路[3]。探寻客户需求的方法如图 1 所示。

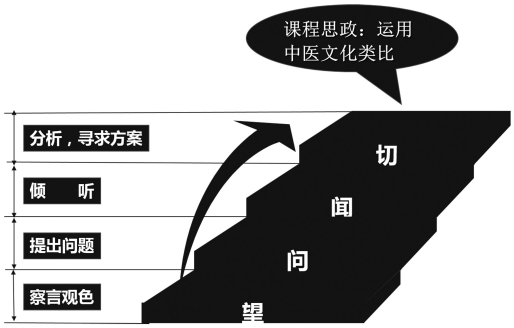

图 1　探寻客户需求的方法示意图

2.1.3 微课学习

探寻客户需求的最后一个步骤是“推荐解决方案”，在课前自学的基础上，播放“FAB 动画”情景视频，学生观看学习，引入 FAB 推荐话术。这个视频很好地帮我们诠释了 FAB 的含义：Feature，属性，即产品所包含的客观现实，也就是产品所具有的属性；Advantage，作用，即产品的优点，能够给顾客带来的用处；Benefit，益处，就是给客户带来的利益。它的句式是这样的：我们的产品是 F 的，它可以 A，让您使用时有 B 的益处[4]。

2.1.4 话术大比拼

教师在超星平台发布 FAB 话术大比拼，要求学生在超星平台针对自己熟悉的产品撰写并提交推荐话术。学生撰写话术，并通过平台提交，教师指导拓宽话术思路。

2.2 线上线下结合创新翻转课堂教学模式

利用超星网络平台开展微课教学，学习重难点；发布讨论话题开展师生互动；布置作业和实训任务，实现课程线上线下结合的翻转课堂教学模式。下面以 FAB 推荐话术为例介绍线上线下相结合的翻转课堂教学设计。

学生课前观看“FAB 动画”情景视频，课堂上教师通过动画视频引入 FAB 推荐话术。然后教师以服装产品为例介绍 FAB 的含义和使用方法。为了现场检验学习效果，教师在超星平台发布 FAB 话术大比拼，要求学生在超星平台针对自己熟悉的产品撰写并提交推荐话术。学生撰写话术，并通过平台提交，教师指导，拓宽思路。教师对各团队的话术作业进行讲解点评，根据点赞数量不同，各团队获得不同的成绩积分，

点赞最高的同学当选“话术王”。课后以小组为单位进行一次探寻客户需求的实践活动，探寻对象自选，要求分工明确，各组将探寻情况或遇到的问题录成短视频提交作业。

2.3 引入技能实训项目加强实践技能培养

引入专业技能实训项目，将职业岗位技能融入课程教学，提升学生职业能力，激发学生运用专业知识为社会服务的热情，树立服务意识。下面以网络客服售前接待流程为例介绍边学边练的实训教学模式。

课前运用网络学习平台发布微课，要求学生提前了解网络客服售前接待流程，同时要求学生利用社会实践进行客服工作体验。课堂上每组选派一名同学分享课外客服工作体验并给出改进建议或措施。接下来以技能实训任务“携程客服售前沟通”为例，请两名学生扮演客户和客服对话，学习网络客服售前接待流程：进店问好、接待咨询、推荐产品、处理异议、促成交易、订单核实、道别跟进。然后教师通过超星平台发布技能实训任务“麦德龙客服售前沟通”，小组可以研讨学习。学生思考、撰写、研讨，通过超星平台完成技能实训任务“麦德龙客服售前沟通”并提交作业。实训完成后教师通过“选人”随机选取两位学生的作业进行讲解点评，被选中的学生再自主选取本组两位同学的作业进行点评，实现学习互评。课后完成调查问卷“关于售前咨询与沟通的学习调研”并提交。

3 创新与反思

将信息化技术与课程教学相融合，教学过程中主要使用情景创设、角色扮演、话术大比拼、微课学习、案例分析、话术大比拼、课后实践等方式激发学生的学习兴趣，学生从被动学习转变为主动学习，从抵触课堂转变为享受课堂。通过课外客服实践、引入专业技能实训项目和课堂训练，学生的表达沟通和团队协作等综合素质和客户服务能力得到了很大提升[5]。如何让学生在有限的课堂中，有更多机会参与实际客服工作，是我们在课程实训过程中要考虑的。另外，如何更好地把课程思政融入专业课程教学，也是今后教学中需要考虑的重点。

【参考文献】

[1]王晓航.高职院校管理学课程教学改革研究[J].郑州铁路职业技术学院学报，2018(4):23-24.

[2]吴德银.立德树人视角下高职素质教育课程教学改革研究[J].中国职业技术教育，2018(7):30-31.

[3]赵亚丽.高职课程教学改革对学生创新意识培养的研究与实践[J].文理导航，2018(7):83-84.

[4]裴洋，贾明扬.新媒体环境下高职院校课程教学改革研究[J].新校园，2018(10):65-66.

[5]赵宇萱.高职院校“客户服务与管理”课程教学研究[J].系部素质教育，2018(23):46-47.