

售后服务管理制度

售后服务管理制度 1

1、受岗敬岗，组织和管理好本部门的生产，经营工作。带领本部门员工努力完成公司下达的各项经营指标。

2、参与制定公司的.决策，协助厂家售后督导等工作。

3、完善售后服务各部门的规章管理制度，控制售后部的经营方针与经营计划。

4、全面主持售后服务工作，定期召开生产例会，对生产经营等方面，出现的问题及时解决，保证经营目标的实现。

5、定期向公司汇报售后服务部的经营管理情况，负责部门的管理和协调工作。

6、制定售后服务政策，及员工的内部培训制度。

7、及时处理客户的重大投诉及索赔事宜，监督并确保售后服务质量和顾客的满意度。

8、参与制定售后服务部人员计划及奖励制度，充分调动员工的积极性。

9、及时向厂家相关部门反馈信息。

售后服务管理制度 2

美国著名管理学家李维特指出：“新的竞争不在于制造出来的产品、而在于工厂之外的售后服务。”现代市场竞争已不仅仅是产品本身的竞争。只有拥有完备的售后服务体系 and 高质量售后服务企业，才能够发展更快，获利更多。

在工业化社会中，售后服务和产量同样重要，而在后工业社会的今天，售后服务已居于首要地位，产品本身反而降到次要地位。因而现代企业必须接受日益激烈的竞争挑战。加强售后服务管理的科学化、规范化、成效化，提高售后服务水平，才能取得市场营销的成功。

一、售后服务管理概述

顾客是售后服务的直接对象，企业在向顾客提供产品的同时，也应该提供规范、完善的售后服务。在售后服务体系中，顾客投诉管理是最为重要的内容，因为它不但可以纠正市场营销活动中出现的失误和偏差，补救和挽回顾客带来的损失，而且可以提高企业和新产品的信誉，维系原有顾客，吸引新顾客，从而击败竞争对手占领更大的市场。

(一)、顾客投诉主要包括以下三个方面的情况：

1.1 产品质量投诉：其中包括产品在质量上有缺陷、产品规格不符、产品技术规格超出允许误差、产品故障等。

1.2 服务投诉:其中包括对企业各类人员的服务质量、服务态度、服务方式、服务技巧等提出的批评与不满。

1.3 顾客提案与建议:主要包括提高服务水平的建议;提高标准化程度、降低成本、优化销售渠道方面的提案与建议;对企业营销业务与管理提出的批评和意见等。

(二)、企业在处理顾客投诉时必须遵循以下四个原则:

2.1 预防原则:顾客投诉并非不可避免,而是往往因为企业的组织不健全、管理制度不完善或疏忽大意引发顾客投诉,所以防患于未然是顾客投诉管理的重要原则。这一原则要求企业必须改善管理,建立健全的规章制度;加强企业外部的信息交流。提高全体员工的素质和业务能力;树立全心全意为顾客着想的工作态度。

2.2 及时原则:如果出现顾客投诉。各部门应通力合作,迅速作出反应,力争在最短的时间内全面解决问题给投诉者一个及时圆满的答复,绝不能互相推诿责任,拖延答复,其结果只会进一步激怒投诉者,使投诉要求升级。

2.3 责任原则:对顾客投诉处理过程中的每一个环节,都需重视明确各部门、各类人员的具体责任与权限,以保证投诉及时妥善地解决。分清造成顾客投诉的责任部门和责任者,分清顾客投诉得不到及时圆满解决的责任。为此需制订出详细的顾客投诉处理规定,建立必要的顾客投诉处理流程,制订严格的奖惩措施。

2.4 记录原则:记录原则是指对每一起顾客投诉都需要进行详细的记录,如投诉内容、投诉处理过程、投诉处理结果、顾客反映、奖惩结果等。通过详细记录,可以为企业吸取教训,总结投诉处理经验、加强投诉管理提供实证材料。

(三)、企业处理顾客投诉的流程包括以下八个步骤:

3.1 记录顾客投诉内容:详尽地记录顾客投诉的全部内容,包括投诉者、投诉时间、投诉对象、投诉要求等。

3.2 判断投诉性质:先确定顾客投诉的类别,再判断顾客投诉理由是否充分,投诉要求是否合理。如投诉不能成立,应迅速答复顾客,婉转说明理由,求得顾客谅解。

3.3 确定投诉处理责任:按照顾客投诉的类别,确定具体的受理单位和受理负责人。属合同纠纷交企业高层主管裁定;属运输问题,交货运部门处理;属质量问题,交质量管理部门处理。

3.4 调查原因:调查确认造成顾客投诉的具体责任部门几个人。

3.5 提出解决办法:参顾客投诉要求,提出解决投诉的具体方案。

3.6 通知顾客:投诉解决办法经批复后,迅速通知顾客。

3.7 责任处罚:对造成顾客投诉的直接责任者和部门主管有关按照制度进行处罚,同时对造成顾客投诉得不到及时圆满处理的直接责任者

和部门主管进行处罚。通常的做法是依照投诉所造成的损失大小,扣除责任者一定比例的奖金和工资。

3.8 提出改善对策:通过总结〔评价,吸取教训,提出相应的对策,改善企业的经营管理和业务管理。减少顾客投诉。

二、用制度规范售后服务

售后服务的规范还在于实行一系列的服务制度,如售后服务制度、顾客沟通制度、员工服务规范、员工培训制度和奖惩制度等。

1、售后服务制度

售后服务制度由上门服务制、全天候服务制、产品终生服务制、免费服务制四大要素构成,不管是保养还是维修,我们公司采取定点服务和上门服务并行制度,这种服务制是全天候的,只要在产品使用寿命时间内终生的服务的。

2、顾客沟通制度

与顾客沟通的制度是保证较好地把握顾客内心思想及各种期望的基础。顾客沟通制由顾客访问制、顾客档案制、顾客投诉制、服务网点制四大要素构成。从购买的第一天起,顾客的档案就要存入服务网点的档案管理中,从而为定期回访顾客提供前提条件。而顾客投诉制是对企业超值服务的有效监督。

3、员工服务规范

员工服务规范包含了员工语言规范、行为规范和超值服务纪律三大要素。一般而言,企业服务人员上门保养、维修时要严格遵守“七个一”规范,即“穿一套标准工作服;进门前说一句‘对不起……给您添麻烦了’;带一双自备鞋套;带一块垫布和抹布;不喝顾客一口水;不吸顾客一根烟;请顾客填写一张‘服务__卡’”。这些规范在某种程度上对员工的形象有相当大的影响。

4、员工的培训制度

企业的服务是否规范,是否优越往往取决于员工的行为,就这一点来说,企业建立相应的员工培训制度是必要的,而且员工培训制度坚持对服务人员的技能和素质进行经常的培训,员工的高素质可以为规范服务实施提供有效的保证。

5、奖惩制度:

奖惩制度包含了激励机制和处罚的各项细则,是规范服务体系的有效组成部分。

三、售后服务的考核

要使企业售后服务规范得以真正贯彻落实,使得售后服务工作达到程序化、法规化、目标化,持之以恒,健康发展,商业企业必须建立、健全服务质量考核制度。

2.1 考核内容:考核的内容一般包括:服务热情,服务技能,服务速度,顾客的评价,工作的差错率,服务事故发生情况,服务规范执行情况,顾

客的评价等等。凡能用定量表达的,应尽量设置定量指标予以考核;凡无法用数量表达的,可设置定性标准,通过打分和评语予以考核。

2.2 考核的方法:

2.2.1 现场检查法:在售后服务的现场,检查、考核售后服务人员的态度、服务的工作执行情况,检查服务项目实施、操作规范、顾客满意度情况。

2.2.2 社会调查:是指通过组织力量走访用户,召开消费者座谈会、发放调查问卷等调查形式,询问顾客对本企业售后服务工作的意见。

2.2.3 信息反馈法:在企业设置顾客意见箱,设投诉电话,聘请社会各界热心人士做“信息员”,定期不定期反馈信息。这是一种有效的考核方法。

2.3 考核的形式:

考核的形式,可以分为部门自我考核和企业领导组织考核两种。一般情况下,应以部门为单位进行考核,并由部门填写售后服务质量报表,设置售后服务质量记录台账、顾客满意簿,以增加顾客监督力度。

2.4 考核的结果:

对考核的结果,必须辅以奖惩。对优者,予以物质的或精神的奖励,激励其继续提高;对劣者,予以适当处罚,并分析其原由,帮助其客服存在问题,促其提高。

2.5 设置“啄木鸟”

四、售后服务管理流程

(一) 售后服务管理工作标准

1、售后服务种类：

免费服务：在本企业产品售后服务保修期限内，为顾客作产品保养或维护时，免向顾客吸取服务费用（包括免收零配件费用及工时费用），称为免费服务

收费服务：在本企业产品售后出且逾保修期后，为顾客作产品的保养或维护时，向顾客收取服务费用（包括零配件费用或维修工时费用，称为有偿服务。

2、售后服务流程：

1) 售后服务站点接到顾客需作产品维修服务的电话时，应立即登记于《顾客服务要求表》，并委派区域服务责任人员前往服务。

2) 服务人员行前应根据顾客预留的联系方式与顾客取得联系，约定上门服务时间，并进一步核查故障或其他需服务的情形。

3) 服务人员到达顾客现场，应尽快查明原因，并向顾客作合理的解释，凡可当场处理妥当的，均应立即着手维修完成。

4) 确属无法当场处理妥当的项目,服务人员应耐心向顾客说明,并承诺完成时间,然后将产品带回服务站点维修。

5) 取回产品时应与顾客办妥书面交接手续,按时处理完成交还顾客。

6) 服务人员在保养、维修完后,应于顾客的产品保修卡上注明维修时间、内容,供下次维修时参考。

7) 服务人员应请顾客在《顾客服务需求表》上签字,作为认可维修工作的凭证。

8) 属收费服务的,服务人员应填妥正式发票给顾客,并向顾客收取合理的费用。

3、其他服务标准:

1) 售后服务部应根据顾客购买本企业产品的时间、定期向顾客询问产品使用状况,了解顾客的服务需求和对产品的满意状况。

2) 上门服务的人员应保持仪表整洁大方,注意言行举止礼貌有节,尊重顾客的习惯,保证维修现场的整洁。

3) 任何人员接到顾客的电话,应注重礼仪,满足顾客的咨询要求,委婉解释顾客的误会。

4) 针对顾客维修需求和抱怨,接到电话或信函、邮件投诉,应耐心记录问题,及时回复顾客,给予适当的抚慰,承诺抚慰时间,委婉消除误会。

5) 《顾客服务需求表》应当日上交客户服务中心审阅存档。

6) 服务部应于顾客服务次日向该电话,了解其对我们服务的满意度和建议。

7) 顾客意见调查卡包括对服务人员态度、技术能力、赴约时间、服务事项的满意状况以及顾客的建议与其他需求。

8) 对顾客的建议、需求和抱怨,各服务点应及时予以处理,向顾客作出承诺和适当的抚慰。服务点无法处理的顾客服务需求事项,报公司领导请求协助。

五、售后服务作业要求

1) 企业每一人都致力于顾客服务。

2) 对顾客能及时回应(现在,不是明天)

3) 有专人负责顾客的需求。

4) 言出必行,并立刻处理后续事宜。

5) 对顾客的抱怨或情况给予同情并赞成他的看法。

6) 对个别顾客之特定需求能弹性的服务(超越政策之外的能力)。

7) 充分授予员工决定权。

8) 交货绝对准时。

9) 在行销完成前与完成后都要信守承诺。

10) 一套“零缺点”与“零失误送货”系统。

11) 由杰出人才担当服务顾客与落实顾客服务的工作。

3

售后服务人员管理制度

第一章 安装服务公约

言谈文明，举止得体；

着装规范，仪表整洁；

精神饱满，专注热情；

亲切自然，真诚服务。

第二章 服务规范十条

1、穿工衣、佩工卡，按时上门讲礼貌；

2、换鞋套、摆垫片；家具物品大盖布；

3、安装前，问用户，安装位置齐确认；

4、搬空调，动作轻，打孔施工要小心；

5、不喝水、不抽烟，动用物品要协商；

6、照国标，精安装，管路电线要美观；

7、装内机、洗净手，完工之后用抹布；

8、补墙孔、再试机，排水接头需认真；

9、安装卡、保修卡、记住服务联系卡；

10、清垃圾、搞卫生，金龙安装好名声。

第三章上门服务规范

第1条服务人员凭派工单及时与用户事先联系，落实用户详细地址，是否增加材料或准备其它

配件和工具，并按用户预约时间及时为用户上门服务；

第2条服务人员上门服务时应将所需的工具、材料、配件准备好，避免二次上门；

第3条由于特殊情况无法在预约时间上门时必须再主动与用户协商另约时间，上门前未能联系

上用户，按用户原约定时间上门；

第4条服务人员不允许蓬头垢面、酒后上岗；要仪表大方，衣冠整洁，体现良好的精神面貌；

第5条到用户家应先敲门，得到许可方可入内，用礼貌用语主动自我介绍，并出示相对应品牌

的服务卡或公司工作卡；

第 6 条进门时视情况穿鞋套，避免踩脏用户地板；家具要用盖布，避免灰尘弄脏家具；工具必

须放在专用垫布上；

第 7 条搬运空调时，不准在地板上推拉，以免划伤地板；

第 8 条高空作业（墙外离地 2.5 米以上的作业）要使用安全带，做好安全防范方能出外墙施工；

第 9 条空调安装位置必须征得用户同意。花园小区必须按照管理处规定地方安装。如用户所定地方妨碍邻居、影响使用效果等，应在施工前耐心向用户解释；

第 10 条服务期间，使用用户设施应征得用户同意，损坏用户的東西要向用户致歉，照价赔偿；

第 11 条服务期间，不喝用户家的水，不在用户家吸烟，不得拿用户任何物品（包括小费），更不允许在用户家吃饭。对用户的礼貌（友好）行为如递水、递烟等应说：“谢谢，我们不喝（不抽），请谅解，这是我们的规定”；

第 12 条不准以任何理由和用户发生争吵；

第 13 条服务过程中，服务人员之间不说污言秽语，（以为用户听不懂用方言讲粗话），不讲不做损害个人及企业形象的话和事；

第 14 条服务过程中注意宣传产品的特点、优势，讲解使用方法和日常维护、保养常识；

第 15 条服务完毕后试机，用抹布擦净机器，贴上公司服务联系卡，并把现场打扫干净，搬动物品应归位；

第 16 条试机完毕无问题，填写保修卡，请用户签名，填写意见，并请用户妥善保存保修卡。（规范用语：空调已安装调试好，请放心使用）；

第 17 条离开时，规范用语：“感谢您来我公司购买空调，服务不周之处请多原谅，以后在使用

过程中有什么问题，请打我们电话×××××××，我们将及时为您服务。”

第四章 岗位管理规范

第 18 条上门服务时，严格按《上门服务规范》执行；

第 19 条安装过程，严格按《安装工艺作业指导》、《安全操作规程》执行；

第 20 条服从调度员或相关管理人员的工作安排，遵守公司的规章制度，及时上门为用户服务；

第 21 条安装过程中如果需暂时离开用户家时（回公司拿材料或去吃饭），必须先告知用户；

第 22 条必须按调度员指定方位待工；

第 23 条及时向相关负责人汇报在安装过程中出现的问题，使得相关负责人能迅速协助解决；

第 24 条不得因空调机安装难度较大或麻烦等原因找借口不装或谎称该空调机不能安装；

第 25 条按公司规定标准向用户收费（代各商场安装且该商场自定标准时，则按该商场的标准执行），不得巧立名目乱收费，不得隐瞒向用户收取的安装费和材料费；

第 26 条按公司规定准时上交安装卡和其他收费款项；

第 27 条每个安装工必须配备通讯工具，以便工作联络，不得以任何借口出现拒配、拒听、甚至关机、不复机等行为；

第 28 条每组安装工必须配备：焊枪、万用表、压力表、温度表（计）、手电钻、安全带等工具；

第 29 条安装人员必须把当天的工作在第二天早上派工之前向调度员汇报情况，不得为了争取多几项安装任务隐瞒未完成的工作；用户推迟安装日期的，安装人员要将此派工单退回调度员并说

明用户有何要求；

第 30 条在旺季时，安装人员由于前一天的工作未完成又来不了公司报到，必须打电话回公司汇报情况并说明去向；

第 31 条 安装任务执行过程中不得请假，除非有特殊情况需经理批准方可请假；

第 32 条 安装工未经调度员同意不得私自把自己的安装任务转给其他安装工，安装工也不允许未经调度员同意私自接其他安装工的安装任务。

第 33 条 服从公司临时性的工作安排，积极参加公司组织的各项活动和各培训，不断提高为用户服务的水平。

第五章 安全操作规程

第 34 条 安装人员在施工过程中必须采取有效的人身安全保障措施。在高于地面 2.5 米以上作业经营时，服务人员必须使用安全带；

第 35 条 必须选择坚固、不易受到振动、足以承受机组重量的地方作为安装位置，并且避开存在可燃性气体的地方，避免发生火灾；

第 36 条 安装人员在二层以上建筑安装空调外机或进行移机操作时，必须使用足够强度的绳索系牢外机，防止机器高空滑落；

第 37 条 高层施工应对建筑外使用的工具材料实行防坠落措施；

第 38 条 必须保证室内外机安装牢固、稳定、可靠。室外机在一楼安装时安装高度应高于地面 2 米。若须在地面安装要加装安全防护网；

第 39 条 安装完毕后，必须进行电气安全检查，电气接线必须符合国家安全标准，保证不发生漏电；

第 40 条在安装过程中如需改装电源，必须经过用户的同意并由具备电工证的人员施工，施工必须符合国家有关电器安全的标准；

第 41 条安装人员在试机前应对电源进行确认，保证符合机器的使用要求；

第 42 条安装人员在试运行时，必须对机壳各部位进行检查，若有漏电现象立即停机进行检查。确属安装问题应解决后再次进行试运行，直至空调器运行正常；

第 43 条安装人员在安装时发现用户的电源存在安全隐患，必须向用户提出，并采取解决措施；

第 44 条安装人员在拆装机壳及带电部件前，必须将电源断掉，避免发生触电；

第 45 条安装人员在使用焊接工具时必须严格遵守国家的有关部门规定，并由持有劳动部门颁发的操作证的人员进行；

第 46 条安装人员在加压检漏时，必须使用氮气进行试压，严禁使用其它易燃易爆气体；

第 47 条安装人员在安装过程放氟时，不得面对工艺口或对着他人放气，避免被氟利昂冻伤；

第 48 条安装人员在安装空调时应保证空调器使用时不危害他人的安全；

第 49 条公司有权对安装人员安全施工进行监督检查，发现安装人员违章操作，将进行严肃处理，所造成的意外事故，责任由安装人员承担，并负责有关赔偿费用。

售后服务管理制度 4

一、概述

1、一个企业要使产品在商场销售保持上升趋势，除了提供丰富多彩的品种和材种，优质的实木地板外，还要强化售后效劳。要做到“商品出门，负责到底”、“一切为顾客利益着想”的新观念。

2、通过售后效劳来赢得声誉的重要武器，是扬品牌之名，产品之名，企业之名的极好途径。

二、售后效劳人员应具备的素质

1、对企业忠诚，严格要求自己，雷厉风行，决不拖拉疲塌，重大事故能及时请示、汇报。

2、办事能力强、沉着、冷静、处理问题有条有理。

3、有丰富的专业知识，熟悉铺设木地板工艺，对 WB/T1016、WB/T1017两个标准认识清楚，能从事故外表分析问题的实质。

4、了解有关法律知识。

三、效劳内容

1、售前效劳

(1)、正确识别客户对环境检测、测量地面装饰材料的需求以及具体要求。

(2)、正确的引导，将客户对木地板广泛性的需求，转化为对实木地板的选择，并正确无误地把信息传达给公司。

2、售中效劳

(1)、热情接待每一位顾客，确保客户及时订购实木地板规格、材种、颜色等。

(2)、指导客户正确理解实木地板性能。

2.1 实木地板的天然属性

2.2 铺设前实木地板的验收参照 **CB/T150362-标准?国标?和环境检测**

2.3 铺设方法选择及走向

2.4 使用保养应考前须知

3、售后效劳

(1)、及时通过做售后效劳跟踪工作，并及时把信息反响到公司有关部门。

(2)、经常与负责铺设施工员的部门取得联系，有条件的情况下，售后效劳人员应经常到施工现场协助监理，进行催促。

(3)、假设遇有投诉，应在两天内派专人去现场观察，进行分析，关反映到公司有关人员，共同协商解决。

从上述可见木地板的质量是有三局部组成，即地板质量、铺设质量、使用保养质量。为此，做好售后效劳工作，也不是单纯的做“售后”，而必须与售前效劳中效劳紧密配合，使消费者自始至终对实木地板都有清楚认识，这样才能保证售后效劳工作顺利地进展。

四、处理投诉(质量改成投诉、维修改成维护)

正确地处理客户投诉，达到消费者真正满意，这是企业的目的。

1、企业对待售后效劳工作持有两种态度，一种是回避的态度；另一种是积极的态度。

(1)、回避的态度表现为

1.1 虚设售后效劳部门，无专人负责，也不作跟踪效劳工作，认为跟踪效劳是引火烧身，为此，也就得不到顾客的信息的反响。

1.2 遇投诉，不能正确对待，而是一味推托，迫于无奈派遣不懂专业的人员，甚至是随便找一个人去对付，导致消费者怒气冲天，事态扩大，最终造成经济损失更大。

(2)、积极的态度表现为

2.1 设立用户档案，定期对用户主动访问

2.2 设立用户来电，来函咨询效劳机构

2.3 快速效劳，帮助用户解决存在的问题

2.4 编发产品技术资料、刊物、售后效劳手册

(3)、处理消费者牢骚、抱怨、投诉是一件复杂的系统工程，不是一件容易的事，正确地处理好投诉必须做到五个一点

3.1 耐心多一点，在处理投诉时，要耐心地倾听顾客的意见，不要轻易打断消费者的表达，更不要先批评消费者的不是，而是要鼓励消费者把意见倾诉完，当效劳人员耐心地听完消费者的牢骚和意见后，当消费者的发泄得到满足后，减少了沟通上的障碍和困难，就能够比拟自然地听得进处理人员的解释和意见。

3.2 态度好一点，由于顾客的牢骚、抱怨、投诉都源于对经营者提供的产品或效劳的不满意，所以从心理上说，投诉者会觉得经销商已经亏待了他。因此，如果在处理过程中态度不好的话，会雪上加霜，让顾客的心理感觉与情绪更差，反之，假设处理者态度诚恳、礼貌待人就会降低消费者的抵触情绪并消除怒气，这样就能使消费者以比拟理智的心情与公司沟通的处理方案。

3.3 动作快一点，处理投诉的动作快，一来可让消费者感到尊重他的意见。重视提出的问题，二来表示我们解决问题的诚意，三来那么可以及时防止消费者的牢骚，对公司造成负面影响。

3.4 层次高一点，投诉者都希望他的问题得到重视，所以投诉者在接受投诉处理时，所接触到的售后效劳管理人员会影响他的情绪，如较高层级别的管理人员亲自处理投诉问题，会使消费者有一种受重视、受尊重的感受，心理上有一种平衡，容易消除心中的不满和怒火，进而容易接受售后效劳管理人员的说服，解释与种种处理的措施，因此，派出处理投诉案件的人员时，如果条件许可，尽可能地提高处理人员的级别。

3.5 补偿多一点，消费者的投诉是因为经销商在经消活动中，提供的地板或效劳未能满足消费者的需求，他认为受到利益的损失，因此，提了一大堆意见后，往往希望得到补偿，如果公司在影响损失较大的前提下，可适当多补偿一点，另一方面也可考虑经济上少补一点，而精神上多说一点好话，让他心理平衡，感到公司有解决问题的诚意。

正确处理投诉，以上述的五个一点可归纳为以下的几句话。

快速的反映+负责的态度+专业的角度

(最大限度帮助解决问题)

(最大限度帮助公司节约资源)

(最大限度防止恶性投诉事件发生)

(优良的效劳是 70%态度+30%技巧)

(4)、相关规定

4.1 无“三回访”效劳、无开发票、凭据，“三回访”的效劳记录单，保修卡的，公司不接受投诉效劳，如要效劳，公司采取有偿效劳。

4.2 非公司的产品所出现的质量问题，公司拒绝承当任何费用，在允许的范围内，公司可以协助解决，但必须支付所有费用和。

4.3 在本厂购置的特价“处理品”地板，公司拒绝承当任何费用，效劳不变。

4.4 按销法，谁销售谁负责，谁铺设谁保修(如日本产三凌电梯)

4.5 按行业标准维护两不合格可以退货、换货、不给予赔偿。

五、五个一定

1、一定要领悟品牌形象。

2、一定不要讲是地板质量问题，接到投诉，由销售方先行处理，在拿有客户签字投诉处理表和论证。

3、一定期要知道，有义务对品牌扶持。

4、一定要回访、投诉、记录，数字数据化。

5、一定要积极进攻，不做低三下四。

六、效劳观

客户的需要是我们存在的根本价值。

客户的满意是我们追求的永恒目标。

售后服务管理制度 5

1、目的

为使安防控制系统设备的维护工作标准化、规范化，提高维护工作的专业水平，满足用户要求，特制定本规范。

2. 适用范围

公司所承担的安防工程项目的维护工作。

3. 职责

安防工程的维护工作由公司技术部承担，其它部门应予配合、协调。

4. 工作程序

4、1 维护工作人员基本要求。

4、1、1 公司技术部与人力资源部应做好公司维护人员队伍建设，确保使维护工作人员具备相应的专业知识、技术水平，较丰富的维护实践经验，较强的'事业心和责任心。

4、1、2 维护工作应树立质量第一、客户第一、为客户服务的思想，自觉地维护公司在客户当中的良好形象。

4、1、3 维护工作人员应熟悉和明确各有关维护合同的主要内容（维护工作范围、责任、具体要求等），按《安防工程维护工作操作指导书》具体开展维护工作。

4、1、4 维护工作中，排故和例行检测、处理出现的问题后应填写《维护登记表》，执行签字盖章手续。

4、1、5 维护工作人员应每季提交书面维护工作报告，较详细地反映每一家客户的系统运行情况和维护情况。

4、2 巡检排故工作

4、2、1 技术部应按照维护合同要求及本公司制度要求制定维护工作周期表，维护工作人员按照维护工作周期表进行具体维护工作。

4、2、2 根据维护工程具体情况（规模、复杂程度、重要性等）定期地对客户的系统进行巡检，了解系统的运行状态，解决存在的问题。

4、2、3 排故工作按随叫随到的原则，实行 24 小时全天候服务，要求维护工作人员在接到客户的发生故障通知后，必须立即向部门负责人汇报，由部门负责人统一安排，尽快及时赶到现场，排除故障，如无法与部门负责人联系，具体接报人应及时赴现场处理。

4、2、4 对重点工程的维护工作，采取分工负责的措施；并填写《安防工程维护工作检测记录表》；节假日期间，客户有重要的会议及有关活动期间，应专门安排值班，同时作好应急准备工作，必要时安排专人在现场值班，以确保系统正常运行。

4、2、5 排故时间要求：接到客户通知开始，一般情况下，一环路以内 2、0 小时赶到现场；二环路以内，3、0 小时赶到现场；二环路以外，三环路以内，4 小时赶到现场；市区以外邻近的市、县 6 小时赶到现场；较远的市、县和省外，按合同约定时间到达。

4、2、6 培训工作：安防自动报警联动控制系统交付使用时及维护期内，安排各种形式的操作使用培训，以求达到客户相关人员能正确操作使用系统设备，充分发挥系统设备的安防报警联动控制功能。

4、3 系统巡检工作

4、3、1 月检：每月按期对客户的安防报警联动系统设备进行一次检测。检测应围绕如下几个方面进行：

前端设备运行状况。包括：入侵探测器、摄像机、镜头、云台、解码器等。

(2) 管线情况。包括管线质量、防雷接地情况、屏蔽情况、线路接头质量等。

(3) 中心控制设备运行状况。包括：矩阵切换主机、报警主机、监视器、图象处理和记录设备、电源设备、回放清晰度等。

(4) 系统功能、系统的各项技术指标及操作运行情况。

维护人员应围绕上述四个方面，逐点、逐台、逐项地进行检验，边检边进行记录，并排除发现的故障。

4、3、2 维护工作的流程，按《安防工程维护工作流程框图》。

4、4 顾客信息反馈及持续改进工作

4、4、1 建立客户意见反馈渠道，收集对维护工作的希望、要求和意见。

4、4、2 建立维护工作联系卡，提供公司相关部门负责人及维护工作人员联系电话，传呼，保证与客户联系的畅通、维护工作的及时、有效。

4、4、3 每半年至一年向客户送交《安防工程维护工作客户意见征询表》，收集对维护工作的意见、要求和评议。

4、4、4 每维护年度对客户满意度作统计分析，提交书面报告

4、4、5 及时修正维护工作方案、方法及纠正维护工作的不足之处，回复客户的意见和要求，提高维护工作质量和服务水平。

4、4、6 及时在培训工作进行前后，请客户填写《安防自动报警联动控制系统使用培训登记表》，征求客户对培训工作的要求和意见，改进和提高培训工作质量。

4、5 其它

4、5、1 维护工作的具体实施，以本规范为准则，结合不同工程的维护合同要求分项目予以落实。对重点工程，要制订单项的维护计划。

4、5、2 在执行本规范过程中，出现的一些问题，应及时返馈、研究并总结，以便适时修改充实本制度。

6

为进一步规范售后服务管理工作，特拟定管理如下。

1、项目移交

项目终验前一个月，售后服务组开始介入项目。项目验收后，两周内完成项目移交工作。移交时应将下列内容形成书面文档：

（1）项目建设过程中的技术资料

（2）项目遗留问题及完成时间表

（3）项目外部边界：公司与客户之间的维护边界、维护期及维护期满措施

（4）项目内部边界：售后服务人员与技术支撑部门的边界、项目常见问题及处理

办法（faq）、应急联络部门及人员

2、日常工作规范

（1）工作日志

售后服务工作人员应及时解决客户提出的问题。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/417111032160006114>