

客服年度工作计划集锦（15 篇）

客服年度工作计划集锦（精选 15 篇）

客服年度工作计划集锦 篇 1

一、本职，爱岗敬业

客服人员，我“把简单的事不简单”。工作中对待件事，遇到繁杂琐事，努力的去做;当同事遇到需要替班时，能毫无怨言地放下休息，工作计划，坚决公司的安排，全身心的投入工作。

二、勤奋学习，与时俱进

理论是行动的先导。电信基层客服人员，我体会到理论学习是任务，是职责，更是境界。一年来我勤奋学习，努力理论，强化思维潜力，注重用理论，用实践来锻炼。

1、注重理论。在工作中用理论来解决实践，学习目的再于应用，以理论的，了和解决的潜力，了工作中的原则性、系统性、预见性和性。到公司三年来，我注重把理论转化为的科学思维方法，转化为对工作的把握，转化为工作的思路办法，新，解决新，走出新路子，克服因循守旧的思想，力戒“经验主义”，拓展思维。

2、注重克服的“惰”性。按制度，按计划理论学习。不把理论学习视为“软指标”和额外负担，自觉参加每季度的党课学习;是按的学习计划，个人自学，发扬“钉子”精神，挤学，工作与学习的矛盾，不因工作忙而

忽视学习，不因任务重而放松学习。

在今后的工作中，我会发扬我在的工作，我会努力的工作，在工作中好和客户的关系，用的服务来解决客户的，让我用的服务来化解客户的难题。

工作，干一行爱一行，我的工作十分的热爱了，我会在今后的工作中的努力，为公司的发展的努力！

(一)、选好、选对作好活动的代理

4、强化前台服务，克服死板，防止客户流失。

5、重点考核区域加大开发力度，有效的发展用户，提升设备的使用率。

全体员工充分发挥团队精神，主抓销售，所有工作重心向提高销售倾斜，全面启动市场，全力完成销售任务。

(二)齐心协力，争创优质高效服务

随着经营部各项业务的不断发展，以及市场竞争日趋激烈，服务水平已经成为争夺客户一个重要条件。所以上半年，我们一向把提高服务水平摆在一个重要地位。

加强了客户回访维系工作，对重点客户做到每周回访，五客户每月回访 1~3 次，其余每月持续电话回访，有必要再上门回访，较好地完成了市分公司下发的回访数据。根据实际状况，我们在元宵节还为三以上用户发放了元宵及小礼品。透过回访工作增强了与客户的感情联络，及时宣传联通公司的各项新政策，了解客户的新需求，从而不断改善我们的服务工作。

2024 年客服年度工作计划集锦（15 篇）

在平时的工作中耐心受理客户的查询与投诉，赢得客户的好评。我们在不断的改善服务中，树立了联通公司的新形象。作好离网用户挽留与维系：

1、由前台营业人员对来办理退网业务的用户进挽留。

2、对准离网用户进行及时的电话回访，根据实际状况对用户进行有针对性的挽留。

3、对不能挽留的用户经用户同意，并出具证明后，对其卡号进行二次销售，降低离网率；

1、普通用户维：

1)定期对用户电话回访或信息拜访；

2)节日祝福(信息)；

2、高端用户、重点用户的维护透过平时的积累将高端用户、重点用户作为维护的重点 1)做到每月电话回访或信息拜访一次(根据用户的要求)，回访要有资料，有落实，可能的方便用户。

2)话费监控。根据用户的需要，对用户进行缴费提醒。

3)生日祝福、节日祝福(针对不一样用户，要有实用的东西)。

4)挖掘高端用户消费潜力，做好存量市场的二次及多次开发。

5)亲情服务。(根据不一样用户的需求，为用户带给帮忙)

6)定期的上门走访。

三、活动

公司有新活动尤其是回馈用户的活动应信息告知用户，重点用户电话

告知。

(一)工作重点

1、强化员工培训，严抓执行力，提高服务水平。

和所有管理人员配合做好新店员工的培训工作，保证在旺季来临之前，新店营业步入正常轨道。

2、加强制度建设，提高管理水平。

和所有管理人员一起整理出系统的公司规章制度，应用到新店并根据新店实际运营情况修改、完善，保证营业正常。

3、节能减耗，节省开支，降低运营成本。

和所有员工一起努力，在工作中注重节能减耗，节省不必要的开支，保证每月完成规定的总营业额，并争取拿超额奖、创新高奖，提高公司的营业额和员工的薪酬待遇。

4、旺季来临，调整工作重点，不断加强厨房和楼面的沟通，及时跟踪解决客人意见及投诉，提高服务质量。

5、和管理人员沟通，一起做好员工生日会、节日活动和各项娱乐项目，让员工感受到家的温馨，提高团队的凝聚力，要时刻记得，员工才是我们最重要的顾客。

6、定期组织管理者沟通解决工作及生活中遇到的困难，统一管理思想和意见，不断提高工作默契与管理效率。

7、认真按时完成领导安排的其他工作。

(二)需跟进完成的工作

1、例会模式还需加强巩固,通过不断地演练,使所有人员都熟练掌握。

2、建立系统的奖惩机制,使内部员工都清楚了解奖惩依据,心服口服,有利公平。

3、和所有管理人员一起不断摸索、总结,整理出到家系统的培训方案。

4、新员工培训要高标准、严要求,在规定的时间内掌握应该了解的所有服务知识和技能,提高培训效果,并跟踪培训成果。

5、管理人员之间的工作交接不够顺畅,会导致工作的延误,通过加强沟通和使用交接本等方式改善这种情况。

6、和所有管理人员一起继续做好提高服务细节及感动服务工作。

客服年度工作计划集锦 篇 2

一、建立顾客服务中心网上沟通渠道。

现在,越来越多的顾客喜欢在网上查询和交流信息。在后勤总公司的网页下面设立顾客服务中心的电话和邮箱,有利于便捷与顾客联系沟通,满足顾客需要,提升服务质量。

二、建立客服平台

(一)成立顾客监督委员会。由监事会、业主委员会成立顾客监督委员会。行使或者义务行使对后勤服务监督职能。

(二)建立质量检查制度。改变物业内部质量内审为各个中心交叉内审(这项工作也可以有人力资源部行使。

(三)搞好客服前台服务。

1.顾客接待。作好顾客的接待和问题反映的协调处理。

2.服务及信息传递。包括纵向—实施由顾客到总公司，横向—实施物业内部之间、客服中心与各个中心之间、客服中心与校内的有关部门之间信息转递交流等等，以及其他信息咨询。

3.相关后勤服务的跟踪和回访。

4.24 小时服务电话。

(四)协调处理顾客投诉。

(五)搞好顾客接待日活动，主动收集和处理顾客意见。

(六)建立顾客档案。包括家属区、教学区、学生社区。

(七)搞好意见箱、板报及黑板报、温馨提示等服务交流。

三、继续做好物管中心的 iso 质量检查管理、办公室部分工作和顾客服务，继续做好与能源中心的有效维修顾客服务。

四、机构建设

(一)成立后勤总公司顾客服务中心。

目前顾客服务部隶属于能源中心，办公室在物业管理中心，主要为物业系统服务工作的职能可以延伸，行之有效。然而，客服的外延可以扩大到总公司范围，为我校后勤服务业做大做强提供机构上的支持。成立总公司下属的客服中心，便于全面协调服务。

(二)人员编制至少二人。

2024 年客服年度工作计划集锦（15 篇）

要搞好顾客服务，只有经理一人是不行的，要改变以前顾客服务部只有一人的不正常状态，大学生来了又走。人力资源不低于二人的编制，工作人员具有本科学历，有利于客服机构框架的建立和稳健运行，改变顾此失彼的现状，便于逐步建立规范和完善客服工作。

五、经费预算。

往年顾客服务部一般办公费开支在物管中心，黑板报等大一点的开支由动力部支付。根据目前情况，有些基础工作还要进行，日常工作也有所开支，不造预算可能没有经费，按照节约的原则，编造经费预算 500 元 / 月全年公务经费 6000.00 元。

客服中心是按照现代企业服务的运行需要设置的，这正是当年总公司设立顾客服务部的正确性所在，有了顾客满意就可能有市场，有了顾客满意就可能树立品牌和顾客的支付。客服中心其工作内涵可能与总公司办公室和人力资源(质量管理)部有交叉关系，但是，客服中心主要服务对象是顾客，以顾客满意为焦点，是业务部门而不是管理部门。今后双福园区物业服务如果能够竞标成功，客服中心可以采取“__小区”的模式。

客服年度工作计划集锦 篇 3

新的一年，对刚成立_电气设备有限公司_分公司来说，是一个充满挑战、机遇与压力并存的一年，在这二年时间里，由于上级领导的悉心栽培和全员支持与配合下，客户服务各项工作已逐步完善。为了能够尽快赢得客户的认可，优势于其他厂商，提升公司在客户心中的服务形象。

2024 年客服年度工作计划集锦（15 篇）

（一）创建“服务形象”

严格执行公司各项规章制度，在与客户沟通时使用文明用语；诚信为本，不轻易承诺诺客户，承诺的事必须办到、办好；不可忽视细节问题；对着装、仪表、手势等需严格注意，

（二）转变服务观念，把“要我服务”改变成“我要服务”

认真学习公司与品质有关各种体系流程和业务流程，以便随时应付客户提出的关于品质方面的各种问题，带着“多学习，多沟通，积极主动”的态度，深入到质量投诉的接收、与客户沟通、客户投诉的立即处理等各个工作中去，同时为客户提供质量三包处理（包修、包换、包退）。

（三）增强责任感、增强服务意识，团队意识

积极主动地把工作做到点上、落到实处，减少服务时效，当接收到客户质量投诉，应立即处理，减少客户因我司质量问题，产生的抱怨感，尽量减少不必要的损失，为顾客和公司带来更大的利益，同时务必在三天之内关闭客户的质量投诉问题。时刻坚持不懂就问，不明白就多学的态度，与同事多合作，与领导多汇报工作情况，来更好的完成本职工作，同时也增强团队合作能力，来更好的服务于客户。

（四）每次接收到的客户投诉按客户质量投诉处理规定

应即时反应给相关的制作部门（责任部门），同时并填写客户投诉处理报告，针对质量投诉，制订纠正预防措施。每周对客户投诉情况进行统计分析，以便于更好的统计出质量问题的所在。每月月底将客户投诉以月报

2024 年客服年度工作计划集锦（15 篇）

形式上报给上级领导，并送相关部门。

可能还有很多不清晰，不明白的地方，希望领导、同事们多多给予支持与帮助。展望 20__ 年，我会更加努力、认真负责的去对待本岗位工作，也力争为公司赢取更多利润，树立公司在客户心目中光辉形象。

客服年度工作计划集锦 篇 4

一、20__ 年主要指标完成情况

在公司领导高度重视和各部门共同努力下，20__ 年客服主要指标处于全省领先地位。

1、客户满意度表现稳定。在省公司第二期调查中，大洋各环节全部达标，得分均有所提升。标准满意度全省第一，营业厅、网络、促销、投诉满意度全省第二，新业务全省第三。

2、万客户投诉量(13.9 件)全省第 2 低，万客升级投诉量全省最低，投诉满意度处于全省前 3 位。

3、营业厅服务质量综合评分 100 分，四个季度均达标。其中营业厅暗访检测平均得分 93.81 分、电话回访满意度平均得分 86.55、双向评价满意度平均得分 94.32 分、自助充值占比 62.47% ，各项成绩均名列全省前茅。

4、月均中高端客户 35.27 万，完成目标 110.2%；拍照中高端客户保有率 85.5% ，深度捆绑率达到 54.3% 。拍照中高端客户硬性捆绑率为 48.4% ，软性捆绑率为 60.1% ，总体捆绑率 72.7% ，硬性捆绑率暂列全省第一位。

5、全球通品牌服务评估指标综合得分 67.2 分，暂列全省第二位。

6、电子渠道和电子商务指标完成率处于全省中游位置。

附——截至 11 月 30 日各项指标完成情况：

二、工作亮点与创新点

（一）客户满意度管理扎实推进

1、落实全程满意度考核管理，□□“8+N”□□□□□□□□□□深入开展质量监控，综合运用投诉管控、营业厅检测、满意度调查等管理工具，针对客户集中关注的不规范营销、服务质量、重复投诉、营销口径、全业务服务质量等问题开展闭环的检测和提升。

2、运用双向评价改进服务短板，扎实推进服务示范项目建设，市县两级服务例会促进流程优化，体系化运作加快全球通服务提升，“便捷服务满意 100”活动蓬勃开展。

3、全力开展不满意客户的甄别和满意度修复活动。在各单位的共同配合下，点对点维护敏感客户 11.29 万，互动活动参与客户 9.2 万，通过宣传沟通客户 176 万，对大量已接触的及有关系的客户开展属地维护，优势服务知晓率 93% ，互动活动知晓率 75% ，取得较好效果。

（二）中高端服务体系高效运转

1、巧捆绑，快速抢占市场份额。创新开展充值优惠、信用消费网龄营销活动，简化协议消费活动档次，调低预存金额，降低办理门槛，通过较高优惠政策培养新增中高端客户。

2、重保有，多种手段守土固土。以“新 88 套餐+家庭套餐”为保有切入点;针对双机客户、IPHONE 等高危及异动客户，实现电话经理 AB 角交叉维护，开展优先捆绑、资费沟通。

3、率先开展“及时性”服务。利用现有预警系统，及时回访异动客户；将话费理财融合到常规和专项工作中，及时准确提出理财建议。

(三)提升宽带和集团热线的一次解决率。

通过对于热点问题制订口径，加强培训和模拟演练提升话务员的预判断和预处理能力，制订步骤清晰并配有截图的宝典手册，走进宽带小区装维现场进行观摩学习。热线一次解决率由 1 月的 85% 上升至目前的 95% ，高于省公司 80% 的服务标准。

(四)营业厅服务

1、业务能力持续提升。开展多形式培训模式、制定系统化考核制度。下发“热点业务培训周报”，总结推广集中培训、片区培训、一对一培训等多种培训模式，开展全区引导员专项培训。开展“知识库点击、综合业务办理、营销推广”等多种类技能比赛。

2、强化合作厅服务管理：培养以客户为导向的服务意识，针对薄弱环节，组织开展合作厅专题检测、合作厅达标认证，把服务检测与合作厅星级考评挂钩，加快服务提升。

(五)投诉管理。

1、PK 案例库建设成绩显著。4 例多媒体案例入选集团公司，5 例文字

案例入选省公司。同时，在全省 PK 案例现场评选活动中获得二等奖。

2、严把投诉风险，有效降低升级投诉。20__年大洋公司共受理升级投诉 233 件，暂无判责投诉。整体投诉量呈下降的趋势，升级投诉量全省排名靠后。

3、多举措、多维度提升客户满意度。优化投诉处理流程，加强部门协同;班组内部加强学习与管理，作为一线投诉处理人才的培训基地，为各单元培养了一批优秀的投诉处理人员。在全省第二期满意度查中，大洋投诉满意度达 57.58% ，高出全省平均水平 8.7 个百分点。

(六)实现分层分级的联盟商户及会员管理模式

1、通过对商户的分层分级，采用不同的维护方式，重点发展“双优”（质优+ 价优）和“双高”（配合度高+ 满意度高）商户，为其量身打造营销政策、度身定制主题活动，提升商户人气的同时，增强联盟号召力；

2、通过对会员的分层分级，有针对性的开展会员活动，提升用户参与率，降低对用户的“打扰”。

对于此模式的试用和推广，总结完成了《商户联盟业务分层分级管理模式创新》的成果，获大洋公司 20__年创新三等奖。

(七)多举措提升俱乐部会所参与率

1、多举措提升全球通用户俱乐部会所参与率。在各俱乐部会所统一布放品牌 LOGO、VI 宣传、消费终端 POSS 机，向目标客户推荐积分兑换产品;以小积分多覆盖等方式，引导全球通客户积分消费。

2、利用资源稳固集团。完善运动俱乐部活动申请流程，规范化管理俱乐部场地使用，优先向 AB 类集团、具有长期合作背景和达成一定业务合作的集团倾斜，加强全球通集团客户关系维系，提升集团活动专场效果。

3、持续加强会所建设：根据会所引入原则，甄别引入优质会所资源；加强已建会所的服务检查和支撑，引入淘汰机制，激励会所人员能够及时发现营销商机、反馈集团动向、关注异网潜入、制定解决方案，提供专业的高端一站式服务。

（八）扎实系统的推进班组建设

1、打破常规激励方式，让员工压力与激励并存

绿苗计划：每半年进行一次值班长后备人才公开选拔，对现任值班长岗位人员进行开测评，持续更新值班长后备人才库。

员工讲坛：创新开展“大家讲给大家听”的员工讲坛活动，让员工以“激情工作”为主要内容进行励志专题培训。

荣誉显性化展示：每月评选“岗位能手、服务明星、新锐标兵”，在台席显著位置摆放标志牌或“党员专席”台席卡。

2、建立员工关怀体系，开展“幸福计划”增强团队凝聚力，培养员工对企业的归属感
常规关怀：在员工生日、结婚、孕育、生病等重要时刻送上关怀；由经验丰富的老员工一对一担任各小组辅导员，对年轻的电话经理进行心理辅导；开展发声保健讲座。

幸福计划：以温馨母亲节，真诚送祝福打开帷幕，幸福为主线，结合

父亲节，六一儿童节，感恩节等节日特点，开展了猜猜我是谁、童年乐翻天、幸福沙龙、大手拉小手等活动。

三、短板及提升方案

(一)服务短板亟待改善

1、语音网络“长板不长”。20__年语音网络满意度下降趋势明显，优势保持面临挑战。网络投诉增长快，处理难度大;弱覆盖等长期无法解决的问题居高不下，严重影响客户感知。

2、营销与服务的协同需要加强。违反五条禁令的投诉时有发生;营销活动不规范对其他商业过程形成影响，客户对返还质疑、营销宣传不明确等问题投诉较为集中，话费准确等传统优势项目满意度偏低;营销策划的事前控制欠缺，一些由于方案漏洞、宣传错误、促销品配置不到位的投诉本可避免。

3、窗口服务稳定性不够，波动较大。有些单位在服务工作开展中，为追求一时的成绩，把较大的精力放着应付检查、应付考试上，“口头服务”多于“实质服务”，未做到真正以客户为导向。其根源在于问题发现不及时，对客户需求的挖

掘、公司管理、流程问题的发现比较滞后。

(二)服务的显性化、差异化不足

1、客户对营业厅的进门引导、等待关怀、业务办理三个环节最为关注，目前缺乏“惊喜”级服务，与对手没什么差异，给客户的感觉一般。

2、服务宣传的系统性不强,整体形象和服务优势的宣传没有长期坚持,宣传方式也需进一步优化。11 年计划加强 4 格漫画宣传,在报纸刊登、在楼道张贴,印成漫画册发放;在报纸、网站上开辟你问我答专栏,针对常见问题进行咨询和解释;将营销政策包装为服务举措,提升客户的服务感知。

3、细分市场的差异化服务仍有很大提升空间。需明确服务标准、服务项目、提供方式,逐步实现并提供服务承诺。如:集团、家庭、校园、农村。

4、动感地带品牌过于集中在校园,竞争激烈,满意度波动大,县区动感地带品牌的发展需加强。

(三)支撑服务需进一步加强

1、客户满意度调查由于周期长、样本少、影响因素多,部分员工认为最终成绩和自己没有关系。目前通过双向评价对于商业过程的满意度监测已开展 1 年多,调查结果的分析方法和责任定位已基本成熟。11 年计划将调查结果和责任认定与集团客户经理、乡镇店长、营业厅星级考评的考核挂钩,通过适当的压力传递,提高每个员工提升客户满意度的责任心。

2、反向培训、《常见问题的咨询和解释》要坚持长效执行,充分使用反向培训系统。

3、目前“不满意客户”数据库已初步建立,但对一线开展属地化维护的支撑还不够,11 年计划建设不满意客户维护支撑系统,专为一线人员提供客户需求信息,并可查询接触信息。

(四)中高端服务协同有待加强

1、系统支撑待完善，电话经理和前台营业员协同较弱。通过将营业前台的精确营销系统与电话经理 6.0 系统结合起来，电话经理对用户推荐完优惠活动后可直接派单到各营业厅，同时用户到营业厅办理业务时，精确营销优先显示电话经理推荐活动。

2、营销方案不能直接受理，电话经理工作被动。通过提取话费余额大于优惠活动首次充值金额的未捆绑用户，推荐优惠活动，验证密码，直接扣除话费余额，在线办理营销案。

(五)自助充值终端管理有待提高

1、自助充值终端配备数量不足，大洋大洋自助充值终端万有用户拥有数偏低。

2、自助终端使用项目相对单一。自助终端目前主要用于充值，需有效加强自助终端查询及体验功能的应用。

20__年工作思路

一、全业务运营环境下坚持服务优势

总体思路：把握客户需求，完善服务体系，强化基础管理，保持领先优势

1、多层面运用满意度评价工具。

一是按客户生命周期开展分阶段调查：开展入网、离网客户调查，研究客户不同生命周期的满意度及关注点。二是专项调查活动：组织开展客

户座谈会、员工座谈会、客户体验俱乐部等活动，聚焦目标市场，收集客户感知信息。三是加强不满意客户维护管理：建立不满意客户库，加强不满意客户信息的收集和统一管理，常态化的开展甄别和维护，系统支撑到一线

2、研究多维度衡量考核体系。

客服年度工作计划集锦 篇 5

新的一年已经开始，客服部也将会面临一些全新的环境与考验，根据这几天我对公司的了解情况，做出以下工作计划：

一、终端培训

在客服的工作范围之内制定完善的、合理的终端培训计划并认真有效地完成培训；

二、收集小票信息

重视小票基本信息的收集，应尽可能的完善填写，特别是一些重要项目，必须规范填写；

三、建档

利用统一的专业的管理软件分类建立客户档案；

四、数据统计分析

分析，比较客户消费信息，及时反馈到相关部门，并附加初级建设性意见；

五、客情维系

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/435244231122011044>