

回访工作计划

第 1 篇：客户回访工作计划

客户回访工作计划【三篇】

回访是人民司法首创的检验审判效果的一项制度。法院对已审结的民事、经济等案件，经过一段时间，主动派员深入案件发生地，倾听有关人员的意见。回访制度是人民法院“巡回审理、就地办案”审判作风的反映。它的方式灵活多样，简便易行。目的是检验办案质量。对象主要是在本地区有重大影响的案件。回访中发现问题可根据不同情况依法处理。本文《客户回访工作计划【三篇】》由为您整理，仅供参考！

【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，能毫无怨言地放弃休息，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，是责任，更是境界。一年来我勤奋学习，努力理论，强化思维能力，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，了和解决的能力，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，我的工作非常的热爱了，我会在今后的工作中的努力，为公司的发展最大的努力！

(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，我们一直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，五星级客户每月回访 1~3 次，其余每月保持电话回访，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。根据实际情况，我们在元宵节还为三星级以上用户发放了元宵及小礼品。通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，从而不断改进我们的服务工作。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，根据实际情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短信拜访；

2)节日祝福(短信);

2、高端用户、重点用户的维护通过平时的积累将高端

-3/ 14

(四)着重车间细节问题的监督和管理。好的团队离不开有效的监督和管理，尤其是监督前台和维修车间的工作环节，保证和实现服务站“6s”的工作要求，注重协调工作中可能出现的情形，如维修挑单，洗车清洁不够，工作人员不配合等，严惩分明，敢于奖惩，维护服务秩序和管理规范。对团队的建设注重公平，公正，公开的原则，坚持团队利益最大化，保障个人利益最大化，实行考核和激励相结合的制度，努力营造浓厚的工作氛围，提升部门的凝聚力和整体战斗力。

(五)促进与集团或其它公司部门的合作。以更加开放的胸襟，以营利为宗旨，服务于整体大局，争取集团公司间的协作，尤其是在客户索赔，备件方面同其他兄弟同行公司进行资源共享，促进良性竞争，此外加强对外交流，扩大保险方面业绩的提升，打开市场，合理利用浪费，服务于公司整体战斗力。

二.售后经营发展目标. 1.人员定编。

2.产值计划

(一)营业指标。

1.实现售后总营业额 600 万。其中保险理赔不少于 220 万，车间维修及索赔不少于 380 万

2.实现客户赞誉度全年至少 93% 以上.

3.基盘客户数 1500 人。

4.日接车台次 20 台/天，月接车 650 台/月.维修平均单车产值实现 800 元/台，保险平均单车产值 1800 元/台.

5.车辆返修率低于 2%.

6.开展风行汽车讲堂不少于四次。

7.保修索赔通过率不小于 95%.

8.关于有针对性专业技术问题的学习讲座不少于两次。

9.年度纯正配件采购不少于 80 万，基本库存达到标准要求。配件营销指标达到万。

10.精品销售达到 30 万以上，基本精品配件库存达到 10 万以上。

(二)管理指标。

1)主要为加强各部门培训工作。除了各部门自行开展的培训工作，部门之间可以交叉提供基础性内部培训工作，有利于部门间的沟通和协作。如配件或者车间可向前台人员一起交流配件或者汽车维修方面的常见的技术问题，或者交流工作中出现的各种问题，其中前台接车人员业务技巧培训不少于四次。专业技术基础知识培训不少于 2 次，车间维修技术培训不少于 6 次全年，对于疑难技术问题的探讨学习总结性活动不少于 3 次。

2)开展部门内部活动不少于三次，通过集体活动，增强

-7/ 14 定期集中上报财务核算。

(3)主动挖掘客户：匹配相应的专职续保人员，给与有效的激励方案，挖掘现有的客户资源，进行跟踪回访，最大程度吸引我处续保。

(4)通过保险系统，有针对性开发客户资源。有内到外，从本点客户资源入手，整理尤其是至今的客户资源注意整理，对于购车时间在月及的海珠区的客户重点跟踪回访。其三就是整理海珠区意外曾来本店购车或者维修的客户名单。

(5)针对保险客户继续给予适当优惠原则。保养券和打折优惠可以选择项.实现买保险送保养或工时，或者买保险送油米活动，可效仿竞争对手，薄利多销，重点放在保险理赔工作至上。

(6). 强化接车流程，尤其对于车辆细节问题的把握处理能力。要求服务顾问不断总结自身所存在的问题，提出改善措施，增强自身的接车水平。

(7). 提高维修进度，匹配相应的维修人员，保证出厂效率。

三.客服改善计划：

1)忠诚客户的维护，提升客服人员回访技巧及灵活高效好、快速处理问题的能力，增强客户对客服人员的信赖。

2)监督促进前台对客户的回访并给与及时反馈和补救措施，对客人的不满情绪消除，提高客人赞誉度和诚信度。

3)指定完善的部门工作流程，岗位职责具体到个人，如客户部门

每月做好新车首保的统计工作，续保，店内活动的统计，文档的整理工作。

4)关于的客户赞誉度，及时发现问题，解决问题，维护公司利益。

【篇3】

1、整理客户资料、建立客户档案

客户送车进厂维修养护或来公司咨询、商洽有关汽车技术服务，在办完有关手续或商谈完后，业务部应于二日内将客户有关情况整理制表并建立档案，装入档案袋，4s店售后工作计划。客户有关情况包括：客户名称、地址、电话、送修或来访日期，送修车辆的车型、车号、车种、维修养护项目，保养周期、下一次保养期，客户希望得到的服务，在本公司维修、保养记录(详见“客户档案基本资料表”)。

2、根据客户档案资料，研究客户的需求

业务人员根据客户档案资料，研究客户对汽车维修保养及其相关方面的服务的需求，找出“下一次”服务的内容，如通知客户按期保养、通知客户参与本公司联谊活动、告之本公司优惠活动、通知客户按时进厂维修或免费检测等等。

3、与客户进行电话、信函联系，开展跟踪服务

业务人员通过电话联系，让客户得到以下服务：

(1)询问客户用车情况和对本公司服务有何意见；

-11/ 14

(五)业务主管负责监督检查售后服务工作;并于每月对本部售后服务工作进行一次小结，每年末进行一次总结;小结、总结均以本部工作会形式进行，由业务主管提出小结或总结书面报告;并存档保存。

(六)本制度使用以下四张表格：“客户档案基本资料表”、“跟踪服务电话记录表”、“跟踪服务电话登记表”、“跟踪服务信函登记表”。

第2篇：客户回访工作计划

客户回访工作计划【三篇】

回访是人民司法首创的检验审判效果的一项制度。法院对已审结的民事、经济等案件，经过一段时间，主动派员深入案件发生地，倾

听有关人员的意见。回访制度是人民法院“巡回审理、就地办案”审判作风的反映。它的方式灵活多样，简便易行。目的是检验办案质量。对象主要是在本地区有重大影响的案件。回访中发现问题可根据不同情况依法处理。本文《客户回访工作计划【三篇】》由为您整理，仅供参考！

【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，能毫无怨言地放弃休息，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，是责任，更是境界。一年来我勤奋学习，努力理论，强化思维能力，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，了和解决的能力，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，我的工作非常的热爱了，我会在今后的工作中的努力，为公司的发展最大的努力!

(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，我们一直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，五星级客户每月回访 1~3 次，其余每月保持电话回访，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。根据实际情况，我们在元宵节还为三星级以上用户发放了元宵及小礼品。通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，从而不断改进我们的服务工作。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，根据实际情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短信拜访；

2)节日祝福(短信)；

2、高端用户、重点用户的维护通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短信拜访一次(根据用户的要求)，回访要有内容，有落实，最大可能的方便用户。

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(针对不同用户，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。(根据不同用户的需求，为用户提供帮助)

6)定期的上门走访。

四、活动：公司有新活动尤其是回馈用户的活动应短信告知用户，重点用户电话告知。

【篇2】

一.售后总体目标.“优化管理，稳步发展。”

20xx 年我们的成绩有目共睹，虽然遭遇广州限牌政策的遇冷，但是我们的售后业绩仍然保持强劲的势头，我相信服务就是怎么样用最适合的方法去为客户解决问题，以活动应有的回报，“工欲善其事必先利其器”，为了更好面对客户问题，要求我们从实际出发，提出问题的解决办法，最终服务于公司的管理和运营目标。建议新一年工作可以从以下几个方面着手：

(一)完善售后团队建设。拥有坚实的团队，才能够更好的面对客户带来的各种需要处理的问题，明确各部门工作职责，消除管理职责的模糊概念，明确划分各部，各岗位的应尽的职责，服务于整体。

(二)加强售后服务流程日常管理。服务流程是售后服务重要的一项内容，关系我们的业务水平以及客户赞誉度和 4S 店对外专业度，整体上应该要去严格执行流程，把按照流程作为一种行为习惯，高标准，高要去，用行为去改变售后服务方法，争取改变一个新的面貌。对于车间维修作业，除了技术之外要注重与前台工作人员的沟通，尤其注意维修之前，维修过程中，维修完工之后三个阶段主要问题的沟通，把问题具体化，把故障清晰化。

(三)加强培养业务人员技术水平的提高。前台要继续加强接车流程的培训之外，还要不断强化接车技巧，尤其对于疑难问题的解决和分析，为服务于前台工作，可以不定期从配件或者车间选派人员为

前台人员交流或者知识讲座，针对常见问题，各个攻破，一方面熟练了员工的业务能力，而来促进内部的合作和交流，让我们的内部沟通更加顺畅。对于车间技术人员，通过培训，日常集体学习，探讨

提高分析问题解决问题的能力，关系到我们 4S 店整体的对外技术形象，汽车技术的不断提高和更新，逆水行舟不进则退，要有一种与时俱进的精神。

(四)着重车间细节问题的监督和管理。好的团队离不开有效的监督和管理，尤其是监督前台和维修车间的工作环节，保证和实现服务站“6s”的工作要求，注重协调工作中可能出现的情形，如维修挑单，洗车清洁不够，工作人员不配合等，严惩分明，敢于奖惩，维护服务秩序和管理规范。对团队的建设注重公平，公正，公开的原则，坚持团队利益最大化，保障个人利益最大化，实行考核和激励相结合的制度，努力营造浓厚的工作氛围，提升部门的凝聚力和整体战斗力。

(五)促进与集团或其它公司部门的合作。以更加开放的胸襟，以营利为宗旨，服务于整体大局，争取集团公司间的协作，尤其是在客户索赔，备件方面同其他兄弟同行公司进行资源共享，促进良性竞争，此外加强对外交流，扩大保险方面业绩的提升，打开市场，合理利用浪费，服务于公司整体战斗力。

二.售后经营发展目标. 1.人员定编。

2.产值计划

(一)营业指标。

1.实现售后总营业额 600 万。其中保险理赔不少于 220 万，车间维修及索赔不少于 380 万

2.实现客户赞誉度 CSI 全年至少 93% 以上.

3.基盘客户数 1500 人。

4.日接车台次 20 台/天，月接车 650 台/月.维修平均单车产值实现 800 元/台，保险平均单车产值 1800 元/台.

5.车辆返修率低于 2%.

6.开展风行汽车讲堂不少于四次。

7.保修索赔通过率不小于 95%.

8.关于有针对性专业技术问题的学习讲座不少于两次。

9.年度纯正配件采购不少于 80 万，基本库存达到标准要求。配件营销指标达到万。

10.精品销售达到 30 万以上，基本精品配件库存达到 10 万以上。

(二)管理指标。

1)主要为加强各部门培训工作。除了各部门自行开展的培训工作，部门之间可以交叉提供基础性内部培训工作，有利于部门间的沟通和协作。如配件或者车间可向前台人员一起交流配件或者汽车维修方面的常见的技术问题，或者交流工作中出现的各种问题，其中前台接车人员业务技巧培训不少于四次。专业技术基础知识培训不少于 2 次，车间维修技术培训不少于 6 次全年，对于疑难技术问题的探讨学习总结性活动不少于 3 次。

2)开展部门内部活动不少于三次，通过集体活动，增强部门活力，提升集体凝聚力。

3)提出内部激励措施用于业绩，客户赞誉度，员工关怀方面的提升。

(三)产值分配：

3.各项改善措施。

(一)前台改善计划.

20XX 年需要落实售后服务细节和接车的技能技巧提升工作。

1.联系忠诚客户，吸引新客户，维护好客户关系，随着区域保有量的增加和工作的不断深化，把业务做精，做强，做大，提高客户赞誉度，减少客源的流失，特别是忠诚客户的流失，显的尤为重要，可根据客户回厂次数，客户的品质作为客户赤诚度的评价指标，找出我们的忠诚客户作为我们的重点维护对象。

2.注重对流失客户回访及分析，服务顾问要找出客户流失的内在原因及提出改进措施，只有不断总结，自身才能不断进步。

3.加强前台人员培训。业务上强化对于接车流程，疑难技术问题的处理分析，管理上强化前台管理的协调沟通能力，内部人员提倡主动的“批评和自我批评”，创造优良的工作气氛，4.促进精品的销售力度。给与精品推销人员一定的销售权限，提高灵活度，对各类精品和养护产品有列入规范保养的项目的，可根据每次活动的主题对相应的养护用品价格做适当的折价;培养客户的消费习惯和培养业务人员的

推销认识，制定完善合理的精品推销方案，提出有效激励，促进精品销售。

5.加强公司部门的沟通，维护公司日常正常秩序，明确售后各部门工作职责，充分让其认识自身的责任，为公司的发展作出努力，对于消极思想，消极行为要采用合理的方法解决，充分给与纠正，解决为主，考核为辅，奖惩分明。

(二).保险改善计划:

保险理赔是售后的重点业务，其钣喷业务产值可以占产值的 30 % 以上，现在维修市场竞争很激烈，不但是其它 4S 店之间竞争，社会上很多综合维修厂都在争夺我们的飘移客户，所以我们应该加强服务力和超质服务。

为了保险业务的提升，要完成此项指标：A. 加大续保力度；B. 提高理赔单车产值，C 强化客户赞誉度。可以从以下几个方面入手：(1) 评估现有续保资源。对服务站现有投保续保实力进行重新评估，从根本上得到认识发展的基础。基本实现续保平均万/月的任务目标，为售后营业额全年可贡献万左右。

(2) 多角化保险销售渠道。鼓励新车投保，鼓励售前转介绍，售后人员参与续保活动，并由公司给予相应奖励方案。

定期集中上报财务核算。

(3) 主动挖掘客户：匹配相应的专职续保人员，给与有效的激励方案，挖掘现有的客户资源，进行跟踪回访，最大程度吸引我处续保。

(4) 通过保险系统，有针对性开发客户资源。有内到外，从本点客户资源入手，整理尤其是至今的客户资源注意整理，对于购车时间在月及的海珠区的客户重点跟踪回访。其三就是整理海珠区意外曾来本店购车或者维修的客户名单。

(5) 针对保险客户继续给予适当优惠原则。保养券和打折优惠可以选择项. 实现买保险送保养或工时，或者买保险送油米活动，可效仿竞争对手，薄利多销，重点放在保险理赔工作至上。

(6). 强化接车流程，尤其对于车辆细节问题的把握处理能力。要求服务顾问不断总结自身所存在的问题，提出改善措施，增强自身的接

车水平。

(7). 提高维修进度，匹配相应的维修人员，保证出厂效率。

三.客服改善计划:

1)忠诚客户的维护，提升客服人员回访技巧及灵活高效好、快速处理问题的能力，增强客户对客服人员的信赖。

2)监督促进前台 SA 对客户的回访并给与及时反馈和补救措施，对客人的不满情绪消除，提高客人赞誉度和诚信度。

3)指定完善的部门工作流程，岗位职责具体到个人，如客户部门每月做好新车首保的统计工作，续保，店内活动的统计，文档的整理工作。

4)关于 SA 的客户赞誉度，及时发现问题，解决问题，维护公司利益。

【篇 3】

1、整理客户资料、建立客户档案

客户送车进厂维修养护或来公司咨询、商洽有关汽车技术服务，在办完有关手续或商谈完后，业务部应于二日内将客户有关情况整理制表并建立档案，装入档案袋，4s 店售后工作计划。客户有关情况包括：客户名称、地址、电话、送修或来访日期，送修车辆的车型、车号、车种、维修养护项目，保养周期、下一次保养期，客户希望得到的服务，在本公司维修、保养记录(详见“客户档案基本资料表”)。

2、根据客户档案资料，研究客户的需求

业务人员根据客户档案资料，研究客户对汽车维修保养及其相关方面的服务的需求，找出“下一次”服务的内容，如通知客户按期保养、通知客户参与本公司联谊活动、告之本公司优惠活动、通知客户按时进厂维修或免费检测等等。

3、与客户进行电话、信函联系，开展跟踪服务

业务人员通过电话联系，让客户得到以下服务：

(1)询问客户用车情况和对本公司服务有何意见；

(2)询问客户近期有无新的服务需求需我公司效劳；

(3)告之相关的汽车运用知识和注意事项；

(4)介绍本公司近期为客户提供的各种服务、特别是新的服务内容;

(5)介绍本公司近期为客户安排的各类优惠联谊活动,如免费检测周,优惠服务月,汽车运用新知识晚会等,内容、日期、地址要告之清楚;

(6)咨询服务;

(7)走访客户

售后服务工作规定

1、售后服务工作由业务部主管指定专门业务人员——跟踪业务员负责完成。

2、跟踪业务员在客户车辆送修进场手续办完后,或客户到公司访谈咨询业务完后,两日内建立相应的客户档案。客户档案内容见本规定第二条款。

3、跟踪业务员在建立客户档案的同时,研究客户的潜在需求,设计拟定“下一次”服务的针对性通话内容、通信时间。

4、跟踪业务员在客户接车出厂或业务访谈、咨询后三天至一周内,应主动电话联系客户,作售后次跟踪服务,并就客户感兴趣的话题与之交流。电话交谈时、业务员要主动询问曾到我公司保养维修的客户车辆运用情况,并征求客户对本公司服务的意见,以示本公司对客户的真诚关心,与在服务上追求尽善尽美的态度。对客户谈话要点要作记录,特别是对客户的要求,或希望或投诉,一定要记录清楚,并及时予以处理。能当面或当时答复的应尽量答复;不能当面或当时答复的,通话后要尽快加以研究,找出办法;仍不能解决的,要在两日内报告业务主管,请示解决办法。并在得到解决办法的当日告知客户,一定要给客户一个满意的答复。

5、在“销售”后次跟踪服务的一周后的7天以内,业务跟踪员应对客户进行第二次跟踪服务的电话联系。电话内容仍要以客户感兴趣的话题为准,内容避免重复,要有针对性,仍要体现本公司对客户的真诚关心。

6、在公司决定开展客户联谊活动、优惠服务活动、免费服务活动后,业务跟踪员应提前两周把通知先以电话方法告之客户,然后于两

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/626000102003011011>