

客服工作计划（24篇）

客服工作计划（24篇）

客服工作计划 篇1 一、尽心尽责，做好本职工作，本人主要负责工作：

1. 完成公司、部门交办的事项，追踪结果及时汇报。

2. 完成日常的正常管辖范围内的工作，如下：

①、每月月初商业流向查询、下载、收集，对流向库存及批号核对后进行整理汇总，交公司各部门(招商、客服、采购、商务、财务)进行相关数据报表的核对及制作。

②、制作《负数流向退货原因确认表》，交给对应的商务同事确认退货的原因，涉及到过期退货或是退货后无法转销的流向，通知销售客服填写相应的政策单以扣取该批货物的底价款项。

③、收集相关的政策单，依据流向进行费用结算单制作、汇总，交客服部、财务部及相关领导审核后按每月规定的结算时间通知财务汇款。

④、通知客户汇款的时间、数量、金额及客户相关汇款信息的跟进。

⑤、日常的客户流向查询及费用账单明细查询，协助招商经理进行客户流向及费用的跟进工作，等等。

3. 工作资料的保存、分类、归档、保管。

4. 辅助部门经理完成不同类型的相关工作。

二、以踏实的工作态度，完成办公室客服专员职责工作：

客服专员工作是一个讲责任心的工作，我的工作会与各个部门相关联，工作内容非常需要本人很仔细、有耐心，并且有多文件需要保密的，一直以来，对于各部门、各领导的各类文件我会尽力及时完全递交，对领导交办的各类工作都会及时认真办妥，做到对自己负责、对领导负责、对相关部门负责，保证各项日常工作认真完成，切实做好本职工作。

客服工作计划 篇2 一、 目标

二、 工作职责及操作规范

三、 岗位设置

四、 薪酬体系

目标

一、总体目标

客户服务部通过制

定客户服务原则和客户服务标准，拟定标准的服务工作流程，协调公司各部门之间的工作，

维护公司在售前、售中、售后与客户的良好关系，发挥良好的窗口和桥梁作用，为公司所拥

有的客户提供优质服务，提升客户对公司的美誉度和忠诚度；与公司其他部门协同合作，共

同推动公司的良性运作和持续发展。

二、目标分解

1、客户服务部宗旨：

“客户至上，服务第一”。

2、协助市场部维护

并巩固公司与客户的关系，尤其是与大客户的关系，不断提高公司的服务水平。

3、协助生产部，对

项目生产全程跟进，协调处理生产中与客户各项事宜。

4、衔接市场部与生

产部、公司内部各部门之间的协调沟通，为公司营造最佳的运营环境。

5、售后服务跟踪及

客情关系维护，为提高客户的满意度和公司的利润水平起到良好的支持和辅助作用。

6、不断收集最

全的客户信息，并对之进行详细分析，建立客户资料库。并进行客户分类，对不同类别客户制定不同的服务措施，对高价值客户重点管理。

工作职责及操作规范

客户服务部的工作目的，是要架起一座连接客户与公司内部的桥梁。因此，客户服务部的工作职责分为对内职责和对外职责两部分。

一、 对内职责：对内负责各项目设计、生产的全程跟进，以及协调沟通各部门之间

的工作。职责分解如下：

1、项目建档：

1)、审核业务员递

交的项目交接表，了解客户联系情况、制作要求、运输安装要求、合同金额、付款方式等，

并建立项目档案。

2)、项目档案应包

括客户基本情况、项目基本情况及制作要求、合同金额及付款方式、实际付款情况（用以评

估客户信用度）、项目生产进度各阶段跟踪情况、项目生产中客户增改、投诉意见及处理情况、

售后维护历史记录等，为建立客户资料库、进行客户分类提供依据。

3)、项目档案在日常过程跟进中随时更新、健全。

2、项目跟进：

1)、项目交接表下达后，全程跟进生产制作过程。

2)、负责生产过程中所有需经客户确认事宜的沟通、协调，负责客户的约见，负责客户来访的接待，以及客户意见的记录整理。

3)、协助各部门与客户的沟通工作，将客户意见及时反馈给各部门，并跟踪落实到位。

4)、项目进展情况阶段性地向业务员汇报，客户来访提前通知业务员，以便于业务员巩固客情关系。需要业务员与客户沟通的事宜及时与业务员联系，并跟踪落实到位。

5)、收到出货通知，与客户联系出货、安装事宜，开具售后安装单给生产部，并跟踪安装、验收情况，客户签字单据回收管理。

3、售后跟踪

1)、项目安装到位后，安装部门交回售后安装单，客服部 2-3 天内去电回访安装及制作满意度情况。

2)、售后服务热线的接听、处理。所有售后服务要求、客户投诉（包括来电、来函）必须在 24 小时之内给予回复，并及时处理解决。

3)、售后维修、维护要求处理。分析维修、维护要求的范围及可行性：免费服务范围的开具售后维修单给相关部门，并跟踪落实执行情况；不属于免费服务范围的先同客户洽谈费用事宜，客户签字认可。

客服工作计划 篇 3 现代企业越来越重视客户服务，这是一种趋势，也是市场经济发展的必然过程。而 800 呼叫中心客户服务部作为呼叫中心新成立的工作组，在大家的支持帮助及指正下，做出了一系列的成绩，也发现了一系列的问题。为了更好的开展下一阶段工作，平稳度过年后的销售断层，根据部门相关规定，制定计划如下：

一、明确指导思想

以提高服务质量为宗旨，以客户满意度为标准。

顾名思义，作为客户服务部门，我们所做的一切都是为了满足客户的需求，也就是说我们所有的工作都应以客户为中心来开展。现代企业的竞争已经由产品竞争转变为服务竞争，谁的服务更到位谁的客户就更稳定，市场也更具发展潜力。因此，我们要树立一种大客户服务意识，并且以此来带动全部门员工，使我们的服务更具专业性、有效性、针对性与责任感，使得呼叫中心的全员服务意识得到体现。

二、制定工作计划目标

在大客服意识指导下来看客服部的工作，可以将我们的主要工作目标分为两个阶段：短期目标和长期目标。

首先是短期目标：

I。巩固并维护现有客户关系。

II。发现新客户（潜在客户、潜在需求）。

完成目标 I 可以通过以下途径：

1. 通过电话和信函与老客户沟通，收集客户的反馈信息及了解客户的出游动向。

2. 定期选择客户群，进行有针对性的上门回访及促销。

完成目标 II 可以通过以下途径：

1. 在受理客户来电咨询时记录下客户的基本资料和咨询内容，列为我们的潜在客户，在适当的时机将其发展为既有客户。

2. 在接待来访客户时详细记录来访客户的基本资料及出游动向，提供新客户来源。

客服工作计划 篇 4 工作计划是行政活动中使用范围很广的重要公文。机关、团体、企事业单位的各级机构，对一定时期的工作预先作出安排和打算时，都要制定工作计划。工作计划实际上有许多不同种类，它们不仅有时间长短之分，而且有范围大小之别。

一、规划工作计划目标

在大客服意识指导下来看客服部的工作，可以将我们的主要工作目标分为两个阶段：短期目标和长期目标。

首先是短期目标：

1，巩固并维护现有客户关系，发现新客户(潜在客户、潜在需求)。

完成目标 I 可以通过以下途径：

1， 定期选择客户群，进行有针对性的上门回访及促销。

2，通过电话和信函与老客户沟通，收集客户的反馈信息及了解客户的出游动向。

完成目标 II 可以通过以下途径：

1，在接待来访客户时详细记录来访客户的基本资料及出游动向，提供新客户来源。

2，在受理客户来电咨询时记录下客户的基本资料和咨询内容，列为我们的潜在客户，在适当的时机将其发展为既有客户。

要完成以上工作肯定要有必备的条件，目前阶段客服工作应具备的条件包括：

1. 丰富的专业知识。要服务好客户，必须精通业务知识，只有业务熟练的客服人员才能给客户以良好的第一印象，才能让客户放心。

2. 完备的客户资料。拥有了完备的客户资料可以让我们更清楚应该为谁服务。

3. 对客服工作清醒的认识及饱满的热情。

而长期目标则涉及到对客服职能的定位：

客服部门是春秋的服务窗口，是直接接触客户的部门，但是客服部门又不同于普通的门店或 800 咨询热线。客服部门承担着为客户服务的直接任务，服务的标准是什么谁来制定如何评估(因为服务工作的不可量化性，因此客服工作的评估很难借助第三方实现)责任同样落到了客服部门本身。这就对客服部门提出了一个更高的要求，即：既要制定服务标准、规范、流程以及信息传递模式(这个标准是有针对性的，具体的，可量化评估的)同时又肩负着监督检查，考核落实，评估改进的责任。

但是这中间又产生了一个矛盾，无法量化的服务如何进行监督检查，考核落实，评估改进这里就需要运用到 ISO 质量认证体系。以客户为关注焦点是 20xx 版 ISO9000 标准的精髓所在，这不正与我们客服工作的总之不谋而合吗因此，将 ISO 标准运用到客服工作中来是有必要的，而且只有通过一系列严格的相关质量规定及约束，来细分服务的标准和内容，才能以此来提高服务水平，并且参照相关规定来对服务水平进行监督检查，考核落实及评估改进。这样就解决了前面出现的矛盾问题。关于 ISO 9001：20xx 标准在客服部门的贯彻，我曾经在中国证券报上看到过一篇文章：《运用 ISO 标准提升 CRM 应用水平》。这里引入了一个新的概念：什么是 CRM CRM(Customer Relationship Management)就是客户关系管理。CRM 是选择和管理有价值客户及其关系的一种商业策略。结合 ISO9001：20xx 的以客户为中心，两者在内容及其宗旨上都有着惊人的相似，这不正是客户服务部今后长远的发展方向和最终目的吗

当然，在 ISO 标准的运用和 CRM 理论的研究学习上我也只是刚刚开始入门，在理论与实践相结合的道路上必然会有许许多多问题和阻碍，但是问题总是会随着工作的开展而逐一被发现，既而逐一被解决。

二、具体操作手法

1. 适当的激励措施

客户服务部工作的开展离不开众多 800 咨询人员的鼎力支持，而对积极提供客户信息的咨询人员无疑应当进行适当的奖励。在这一点上，我们可以参考目前春航机票销售中采取的 B2C 奖励方法，即首次订单成功的客户记录为引导人的新客户，而该客户今后每次订票成功，该引导人都能够得到奖励。细化到我们呼叫中心，可以理解为：某咨询员提供一客户信息，经由客服人员操作后该客户购买了旅游产品出游，则该咨询员获得一定奖励，而若干月后该客户再次购买了我们的旅游产品，则该咨询员可再次获得奖励。以此来激励咨询员提供更多的客户信息。

2. 走出去，请进来

客户资料库对客服部的重要意义不言而喻，但是客服部的工作开展也不能仅仅依赖这个资料库，在适当的时候也应当走出去，请进来。所谓走出去，有两层含义：第一，在淡季时积极进行网格化促销，提高春秋 800 呼叫中心的知晓度；第二，在遇到有意向的客户时应当积极上门服务，毕竟面对面的交谈比通过电波传达的声音更有亲和力，也更容易显示我方的诚意，从而达到我们的最终目的：将客户请进来。

3. 依托呼叫中心大环境，灵活运用客户资料库

首先客服部是在呼叫中心体制改革，前后台彻底分离的大背景下应运而生的，因此，客服部工作的开展同样依托于整个呼叫中心的大环境。而这次 62520230 与 800 电话的绑定无疑正是一个良好的契机。

前面提到的客户资料库是将来客服部工作围绕的中心。客服工作与数据是分不开的，作为客服部门而言，应当对这个客户资料库的情况了如指掌，熟悉每一位大客户以及有潜力成为大客户的对象，与之保持长期的联络及沟通，担当买卖双方之间信息交互的桥梁。具体的讲就是及时了解客户近期的出游动向并为其量身定制相关行程及报价，而在春秋有各类优惠活动时也应及时将这些信息传达到客户手中。

三、明确指导思想

以提高服务质量为宗旨，以客户满意度为标准。

顾名思义，作为客户服务部门，我们所做的一切都是为了满足客户的需求，也就是说我们所有的工作都应以客户为中心来开展。现代企业的竞争已经由产品竞争转变为服务竞争，谁的服务更到位谁的客户就更稳定，市场也更具发展潜力。因此，我们要树立一种大客户服务意识，并且以此来带动全部门员工，使我们的服务更具专业性、有效性、针对性与责任感，使得呼叫中心的全员服务意识得到体现。

希望在新的一年里，在领导的带领下，我们客服部发展会更好。在工作做希望领导指正，同时我们也会继续加强学习。不断的提高。为公司的发展，做出贡献。

客服工作计划 篇5 一、明确指导思想

以提高服务质量为宗旨，以客户满意度为标准。

顾名思义，作为客户服务部门，我们所做的一切都是为了满足客户的需求，也就是说我们所有的工作都应以客户为中心来开展。现代企业的竞争已经由产品竞争转变为服务竞争，谁的服务更到位谁的客户就更稳定，市场也更具发展潜力。因此，我们要树立一种大客户服务意识，并且以此来带动全部门员工，使我们的服务更具专业性、有效性、针对性与责任感，使得呼叫中心的全员服务意识得到体现。

二、制定工作计划目标

在大客服意识指导下来看客服部的工作，可以将我们的主要工作目标分为两个阶段：短期目标和长期目标。

首先是短期目标：

- i. 巩固并维护现有客户关系。
- ii. 发现新客户(潜在客户、潜在需求)。

完成目标 i 可以通过以下途径：

1. 通过电话和信函与老客户沟通，收集客户的反馈信息及了解客户的出游动向。
2. 定期选择客户群，进行有针对性的上门回访及促销。

完成目标 ii 可以通过以下途径：

1. 在受理客户来电咨询时记录下客户的基本资料和咨询内容，列为我们的潜在客户，在适当的时机将其发展为既有客户。

2. 在接待来访客户时详细记录来访客户的基本资料及出游动向，提供新客户来源。

从事电话客服工作是一份很需要耐心且极具挑战的工作，不管时间的长短，电话客服都可以给人很大的成长。

在今后的工作中，我会努力的继续工作，在工作中保持好和客户之间的关系，用最好的服务来解决客户的困难，让我用最好的服务来化解客户的难题。

制定如下计划：

一、效完成外呼任务。在进行每天的外，学会总结各地方的特点，善于发现各地区客户的生活习惯和性格特征，高效的外呼。例如在进行 xx 地区的个贷催收时，一般在下午的时间拨打接触率比较高，所以对于客户我们要多进行预约回拨；再例如行的客户他们理解能力和反映能力偏慢，我们在进行外呼时需要放慢语速，做到与客户匹配。做到数量、质量、效率三者结合；

二、加强自身学习，提高业务水平。熟练掌握“一口清”，在解决客户问题时能够脱口而出；加强知识库搜索的练习，熟悉知识库的树形结构，帮助我们高效的利用知识库；不断巩固所学的业务知识，做到准确完整的答复客户的问题；

三、增强主动服务意识，保持良好心态；

四、不断完善自我，培养一个客服代表应具备的执业心理素质。要学会把枯燥和单调的工作做得有声有色，学会把工作当成是一种享受。

客服工作计划 篇6 不知不觉间，新的一个月又一次到来了。随着工作的推进，我们迎来了 20xx 年的 11 月！意识到这一点，我们公司上下 xx 人都开始紧张起来！到了这个时候，基本上已经是就是年底的最后冲刺了！一年中能取得多少的成绩，全都看这段时间的冲刺！

作为客服部的一员，我们在成绩的排名上一样有着非常明确的竞争性。如今面临着 11 月的到来，每个客服部的同事也都在暗地摩拳擦掌，希望能在这一年取得个好成绩。

此次，同样作为客服部的一员，尽管我在部门中的经验不比其他同事丰富。但我也希望能在年末取得出色成绩，好能证明自身在这一年来的成长！为此我在此对 11 月的工作计划如下：

一、工作思路

从时间上来说，如今已经几乎进入了一年的最后阶段，在此阶段继续大幅度的改变自身的工作方式并不是明智之举。但考虑到我在近期来的工作状况，我需从目前的基础上下下手，尽量优化自身的工作方式，最大化的提升工作的成功率，以此提升效率和成绩。

但也不能一条思路走到底，在工作中，也要更仔细的观察问题，并及时的做出适合的改进。

二、针对工作的调整

面对的年末的冲刺阶段，作为 x 公司的客服员工，我也必须对自身进行严格的要求和调整，这样才能在工作中更好的提升成绩。

首先，要提升个人状态，保持良好的作息安排，防止出现自身状态的不佳。

其次，在每天的工作中都要做好反思和计划，认识近期的工作情况，并及时的改进。

再次，要保持工作的规律性，加强自身的耐心和积极性！面对工作的困难也不能轻易放松自己！

最后，对工作更高要求也会给自己带来更多的负担，要做好自我的调整，保持良好的心态来面对工作。

三、工作的计划

在这个月的工作中，首先最大的目标就是做好新客户的开发工作。这作为最基础的工作是毋庸置疑需要重视的一点。其次，对老客户的维护也必不可少，但要在工作中注意主次，合理的安排工作才能有效的提高成绩。

最后，在这个月的工作中，最重要的不仅仅是努力，更是要发现自身相比优秀同事们的不足，要对比这份不足，并积极地去弥补。但也不能照搬全学，要让自己能在工作中活用这些工作中的知识，以此提高自己。

时值年末，大家都非常亢奋，我也必须在这个月开始更加严格的要求自己，

这样才能在今年取得更好的成绩!

客服工作计划 篇7 一、全面提升服务品质，实施“特色化服务”

服务品质提升方面，启用员工奖惩考核体系，进行规范管理，建立良好规范的正负激励机制，在工作中找突破点，坚决取缔商品部二次处罚员工的错误做法。抓现场纪律现已基本走入正轨，应抓销售技巧与商品知识，提高营销水平，这样才有利于整体服务水平的提高。今年的服务宗旨和标准，以及某在顾客心目中应树立什么形象、转变服务观念、顾客需要的，就是我们要的，某早已是某同行中的龙头。商场如战场般的残酷又如逆水行舟不进则退，企业要发展，就要有领先对手的观念和措施。因此，企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地就必须把商品品牌、服务品牌、企业品牌摆在重要的工作日程，提升、维护和发展，逐步形成金城知名而特有的“特色化服务”战略十分必要。所以某年在某率先提倡并实施“特色化服务”，大打特打服务牌，显示我们某一种特有的服务品质和服务档次。根据业态的不同提供不同的服务，超市——“无干扰服务”，一楼商品部至四楼商品部“品牌化服务、朋友式服务”五楼商品部——“朋友式服务”，六楼商品部——“技能式服务”，向社会表明，我们追求的是高质量、高品质的服务。达到超越顾客期待的、最完美的服务。

二、开展公司服务技能项目竞赛服务

承办公司第某届运动会中的服务技能赛区，包括知识竞赛、情景实操模拟、全程消防演习、岗位应知即问即答，通过竞赛丰富员的业余文化生活；以岗位练为目的、以寓教于乐为形式提升各岗位员工素质；以专业到位的素质要求全面升级公司员工服务意识及服务水平。展示公司的服务水平，（内容包括：某发展史、企业文化基本知识，专业知识等）

三、相关政府部门联络与沟通

加强与盛市、区各消费者协会及主管工商所的联络与沟通，并与之保持良好的协作关系，及时掌握零售业发展动态，建立良好的商誉。

四、顾客投诉接待与处理，全面维护某信誉

就某年在投诉中存在的问题及三级管理制度执行不到位，以及其他原因引起投诉升级的，某年我们将利用部门例会、领班沟通会等形式对楼层基层管理人员进行公司退换货规定、投诉处理技巧及精品案例分析培训(原因是因为现在大多数领班都员工，急需加强培训)重点以规范自身接待形式、规范服务为主要工作目标，作到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、楼层接待及记录规范化，做到接待一起，处理完结一起，并时刻以顾客的满意度来衡量我们的管理水平，站在消费者的立场上考虑、处理问题，以此赢的更多回头客。因为现在的市场是“顾客的满意才是双赢”。

五、加强部门内部人员综合素质提升，并对公司五大服务体系进行完善

坚决执行董事长在四季度会议中提出的保持总店稳健发展。带动分店全面提升的指导思想，加强部门间的沟通，消除管理中存在的误区。现场检查不单纯是发现问题，而是针对出现的问题提出改进措施和方法，及时给部门以指导。某年服务办的内部培训内容为商品知识(毛织，保暖为主)、消法知识及卖场信息熟知度等方面的基础知识培。培训手段采讨论的形式，使培训趣味化，生动化，将讨论出的结果，以书面形式下发分店部门，组织相关人员学习，达到三店同步提升的目的，公司的五大服务体系人员管理、商品管理、环境管理、促销管理、顾客管理，其中人员管理的各项规定比较详尽，但其余四项管理的具体标准还比较空洞，所以在某，我部结合当前具体情况对商品管理、环境管理、促销管理、顾客管理标准进行完善。

六、一线管理干部日常行为规范跟进

全力协助集团监管会在日常的工作中，对一线中层管理干部日常行为规范进行跟进，以公司服务为宗旨，以管理规范为目标，工作中坚持创新，现场管理工作中，发现问题及时上报主管领导。部门决不护短，严格执法、努力进取以身作则、按章办事、团结协作、按时完成上级下达的各项工作任务。

在某年某月份，本人在工作中情绪化，不能严格要求自己。在经过领导和同事的大力帮助下，及时调整啦工作心态，改观目前不良现状，全心投入日常工作。用正确的态度对待工作。态度决定一切，真诚创造卓越。我和我的同事们将不断努力，打造某“特色化服务”，以真情铸就服务!

客服工作计划 篇8 4月份即将过去，5月份就要迎来，这时间过得不是一般的快，一个月转瞬就没了，我4月份的客服工作也快到收尾，面对新一个月，为了让自己的绩效更好，我制定5月份的工作计划。计划如下：

一、参加公司七月份的客服培训会

5月份自己的工作做得并不怎么好，主要的原因就是自己对客服这一工作还不了解，所以5月份一到，我就报名参加公司举办的客服培训会。在下一个月的培训会上，争取学习到有关客服的技巧，尤其是打电话要说的语言，这些都是要学的重点。5月份的培训我会珍惜机会，把自己的缺点补上来，把优势放开，在培训会上学到更多有用的客服知识和技能。

二、明确打电话数量的目标

4月份的工作，我作为客服，在打电话这一方面，我做的比较差，一般都是接电话，打出去的很少，因此自己的绩效一点都不好，因为打出去的少，就没有很多客户，自然也谈不成订单，跟其他客服相对比，我的电话数量是最少的。因此在5月，我打算明确自己一天打电话的数量，一周总数是多少，按照这个目标去做，至少能先达到最低的标准，不然总是没有目标的去做，我这客服电话也打不了多少，那也就意味着没有什么客户和订单了。我把目标确定好了，就能跟着目标走，那么客户也就会多一些。

三、定期和老客户进行交流

吸取以前的教训，在七月我会定期的打电话给老客户进行调查和交流，采取他们的意见，逐渐的收集客户的问题和意见，根据客户的意见去进行修改，把客服工作完善。多跟老客户交流，才能提供更好的服务工作，为客户们提供好的产品，也更能让自己的工作改正不足。

以上是我5月份的工作计划，已经制定好了，接下来就是在实施过程中找出问题并加以改善，逐渐的完善整个计划，让自己的客服工作能够更加顺利。

我明白自己在这工作上，实际上还有很多的問題，需要去纠正，那在下一个月，我一定会努力的把自己的问题改正，逐渐完善自己的业务能力，为公司去做一些贡献，我相信自己在按照计划一步步的进行，就必定能把客服做好，为公司争取更多的客户。5月份，我会加油的。

客服工作计划 篇9 一、工作目标

1、销售工作目标要有好业绩就得加强产品知识和淘宝客服的学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把产品知识与淘宝客服技能相结合运用。

2、心理定位要好，明白自我的工作性质，对待客户的态度要好，具备良好的沟通潜力，有必须的谈判潜力。

3、要十分熟悉本店的宝贝，这样才能很好地跟顾客交流，回答顾客的问题。

4、勤快、细心，养成做笔记的习惯。

5、对网店的经营管理各个环节要清楚。

6、对于老客户，和固定客户，要经常保护联系，在有时光有条件的状况下，节日能够送上祝福。

7、在拥有老客户的同时还要不断的透过各种渠道开发新客户。

二、自我方面目标

1、要做事先做人，踏实做人踏实做事，对工作负责，每一天进步一点点。

2、和同事有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

3、执行力，增强按质按量地完成工作任务的潜力。

4、养成勤于学习、善于思考的良好习惯。

5、自信也是十分重要的，拥有健康乐观用心向上的工作态度才能更好的完成任务。

目标调整的原则：坚持大的方向不变，适当改变小的方向。

最后，计划固然好，但更重要的，在于其具体实践并取得成效。任何目标，只说不做到头来都会是一场空。然而，现实是未知多变的，写出的目标计划随时都可能遭遇问题，要求有清醒的头脑。

其实，每个人心中都有一座山峰，雕刻着理想、信念、追求、抱负；每个人心中都有一片森林，承载着收获、芬芳、失意、磨砺。一个人，若要获得成功，务必拿出勇气，付出努力、拼搏、奋斗。成功，不相信眼泪；成功，不相信颓废；成功不相信幻影，未来，要靠自我去打拼！

客服工作计划 篇 10 20xx 年是新的一年，对于刚成立两年多的电气设备有限公司来说依旧充满挑战，机遇、压力、挑战并存。在这两年时间里，因为上级领导的全力支持与培养，我们公司的客户服务工作已逐步完善。

为了尽快赢得客户认可，赢得优势，提高公司形象。特别制定 20xx 年电气设备公司工作计划，如下：

(一)创建“服务形象。”严格按照规定和规章，与客户沟通时候使用文明用语，诚信为本，不轻易承诺客户，一旦承诺就必须做到的，办事注意细节问题，严格关注自身的着装，仪表，手势。

(二)服务观念的转变，将“我的服务”观念更改为“我要服务”。认真研究公司的各项制度和业务流程，把好质量关，以满足客户对质量问题的要求。面对客户提出的任何方面问题，给予更多的关心，更多的沟通，积极主动解决问题。深入了解客户投诉，与客户保持密切沟通，处理客户投诉。

(三)增强责任意识，增强服务意识，团队意识。积极努力实现客服工作的效率，当收到客户投诉的时候，应立即处理，以减少我们的客户因质量问题造成投诉，尽量减少不必要的损失，为客户和公司带来更多好处。始终坚持谦虚谨慎的工作态度，同时增强团队精神，以更好地服务客户。

客服工作计划 篇 11 一员复始，万象更新。新的一年即将开始，根据客户服务部的现状，特制定年客户服务部的工作计划。

一、不断地学习，培训。加强员工自身素质队伍的建设，提高其管理水平。做到有情做人无情管理，扎扎实实做好各项工作。

(1) 鉴于承担责任客服部的重要性，不但要承担责任导医的管理。还要对咨询中心开展管理，所以除了完成医院交待的任务对于新入职的员工都要在部门开展为期半个月的培训。熟悉《员工手册》《员工培训资料》《科室和岗位的规章制度》《保密制度》等，并经过考试通过后方可正式上岗。

(2) 部门承担责任人加强对队员的监督管理，每日不定时对各科当班人员的情况开展检查，落实并提出批评意见。规定各科组长每间隔 1 小时对 2 楼门诊的队员，大厅，走廊等开展巡视，及时处理各项工作。

(3) 制定培训计划，定期对员工开展一系列技能培训。时间部署如下：一月份：将对所以客服部人员开展检测，规定各科室员工熟练掌握并熟记医院各科情况及门诊专家医生的情况。

二月份：强化客服中心员工的服务理念，学习《用心服务，用情呵护》以做到激动服务，把我院的服务提升一个新的台阶！学习《与客户的沟通技巧》加强员工与患者的沟通能力。

三四月份：将对部门队员开展强化营销管理，争泉展一堂《医院内部营销》的知识讲座。让客服人员加深对营销基本概念的认识。随后开展《营销实战技巧讲座》，让客服人员能更好更正确的运用营销技能。

五六月份：将对队员开展礼仪培训及礼仪检测。对员工的言、行、举、止都要开展正确的引导，树立好医院的品牌形象。

客服工作计划 篇 12 一、建立客户服务中心网上沟通渠道。

现在，越来越多的客户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客户服务中心的电话和邮箱，有利于便捷与客户联系沟通，满足顾客需要，提升服务质量。

二、建立客服平台

(一)成立客户监督委员会。由监事会、业主委员会成立客户监督委员会。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. 客户接待。作好客户的接待和问题反映的协调处理。

2. 服务及信息传递。包括纵向一实施由顾客到总公司，横向一实施物业内部之间、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)搞好客户接待日活动，主动收集和处理客户意见。

(六)建立客户档案。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、办公室部分工作和客户服务，继续做好与能源中心的有效维修客户服务。

客服工作计划 篇 13 束，来细分服务的标准和内容，才能以此来提高服务水平，并且参照相关规定来对服务水平进行监督检查，考核落实及评估改进。这样就解决了前面出现的矛盾问题。

关于 ISO 9001: 20xx 标准在客服部门的贯彻，我曾经在中国证券报上看到过一篇文章：《运用 ISO 标准提升 CRM 应用水平》。这里引入了一个新的概念：

什么是 CRM

CRM(Customer Relationship Management)就是客户关系管理。CRM 是选择和管理有价值客户及其关系的一种商业策略。结合 ISO9001: 20xx 的“以客户为中心”，两者在内容及其宗旨上都有着惊人的相似，这不正是客户服务部今后长远的发展方向和最终目的吗

当然，在 ISO 标准的运用和 CRM 理论的研究学习上我也只是刚刚开始入门，在理论与实践相结合的道路上必然会有许许多多问题和阻碍，但是问题总是会随着工作的开展而逐一被发现，既而逐一被解决。

一、具体操作手法

1. 依托呼叫中心大环境，灵活运用客户资料库

首先客服部是在呼叫中心体制改革，前后台彻底分离的大背景下应运而生的，因此，客服部工作的开展同样依托于整个呼叫中心的大环境。而这次 62520230 与 800 电话的绑定无疑正是一个良好的契机。

前面提到的客户资料库是将来客服部工作围绕的中心。客服工作与数据是分不开的，作为客服部门而言，应当对这个客户资料库的情况了如指掌，熟悉每一位大客户以及有潜力成为大客户的对象，与之保持长期的联络及沟通，担当买卖双方之间信息交互的桥梁。具体的讲就是及时了解客户近期的出游动向并为其量身定制相关行程及报价，而在春秋有各类优惠活动时也应及时将这些信息传达到客户手中。

2. “走出去，请进来”

客户资料库对客服部的重要意义不言而喻，但是客服部的工作开展也不能仅仅依赖这个资料库，在适当的时候也应当“走出去，请进来”。所谓走出去，有两层含义：第一，在淡季时积极进行网格化促销，提高春秋 800 呼叫中心的知晓度；第二，在遇到有意向的客户时应当积极上门服务，毕竟面对面对面的交谈比通过电波传达的声音更有亲和力，也更容易显示我方的诚意，从而达到我们的最终目的：将客户“请进来”。

3. 适当的激励措施

客户服务部工作的开展离不开众多 800 咨询人员的鼎力支持，而对积极提供客户信息的咨询人员无疑应当进行适当的奖励。在这一点上，我们可以参考目前春航机票销售中采取的 B2C 奖励方法，即首次订单成功的客户记录为引导人的新客户，而该客户今后每次订票成功，该引导人都能够得到奖励。细化到我们呼叫中心，可以理解为：某咨询员提供一客户信息，经由客服人员操作后该客户购买了旅游产品出游，则该咨询员获得一定奖励，而若干月后该客户再次购买了我们的旅游产品，则该咨询员可再次获得奖励。以此来激励咨询员提供更多的客户信息。

以提高服务质量为宗旨，以客户满意度为标准。

顾名思义，作为客户服务部门，我们所做的一切都是为了满足客户的需求，也就是说我们所有的工作都应以客户为中心来开展。现代企业的竞争已经由产品竞争转变为服务竞争，谁的服务更到位谁的客户就更稳定，市场也更具发展潜力。因此，我们要树立一种大客户服务意识，并且以此来带动全部门员工，使我们的服务更具专业性、有效性、针对性与责任感，使得呼叫中心的全员服务意识得到体现。

二、制定工作计划目标

在大客服意识指导下来看客服部的工作，可以将我们的主要工作目标分为两个阶段：短期目标和长期目标。

首先是短期目标：

- I. 巩固并维护现有客户关系。
- II. 发现新客户(潜在客户、潜在需求)。

完成目标 I 可以通过以下途径：

- 1.

通过电话和信函与老客户沟通，收集客户的反馈信息及了解客户的出游动向。

2. 定期选择客户群，进行有针对性的上门回访及促销。

完成目标 II 可以通过以下途径：

1. 在受理客户来电咨询时记录下客户的基本资料和咨询内容，列为我们的潜在客户，在适当的时机将其发展为既有客户。

2. 在接待来访客户时详细记录来访客户的基本资料及出游动向，提供新客户来源。

要完成以上工作肯定要有必备的条件，目前阶段客服工作应具备的条件包括：

1. 丰富的专业知识。要服务好客户，必须精通业务知识，只有业务熟练的客服人员才能给客户以良好的第一印象，才能让客户放心。

2. 完备的客户资料。拥有了完备的客户资料可以让我们更清楚应该为谁服务。

3. 对客服工作清醒的认识及饱满的热情。

以上三点条件中，业务知识可以通过长期有针对性的培训进行不断的补充及更新，在这一点上，春秋的常规业务培训及区县部每周的例会都为客服部创造了良好的条件。而在客户资料方面，目前正在进行的 62520230 与 800 的绑定也为此带来了很大的便利。在理想模式中，今后的每个客户来电都将被记录并由咨询员输入该客户的相关信息，而这些资料一旦被汇总，就形成了一个巨大的客户资料库，拥有这样一个客户资料库对客服工作的开展具有非常重要的战略意义及推动作用。

而长期目标则涉及到对客服职能的定位：

客服部门是春秋的服务窗口，是直接接触客户的部门，但是客服部门又不等同于普通的门店或 800 咨询热线。客服部门承担着为客户服务的直接任务，服务的标准是什么谁来制定如何评估(因为服务工作的不可量化性，因此客服工作的评估很难借助第三方实现)责任同样落到了客服部门本身。这就对客服部门提出了一个更高的要求，即：既要制定服务标准、规范、流程以及信息传递模式(这个标准是有针对性的，具体的，可量化评估的)同时又肩负着监督检查，考核落实，评估改进的责任。

但是这中间又产生了一个矛盾，无法量化的服务如何来进行监督检查，考核落实，评估改进这里就需要运用到 ISO 质量认证体系。“以客户为关注焦点”是 20xx 版 ISO9000 标准的精髓所在，这不正与我们客服工作的总之不谋而合吗因此，将 ISO 标准运用到客服工作中来是有必要的，而且只有通过一系列严格的相关质量规定及约束

客服工作计划 篇 14 一、指导思想

以公司下发的《文件》为指导，以“提高服务质量”为宗旨，以“客户满意度为标准”。

二、工作目标

1、搞好员工岗前培训，端正服务态度，提高员工业务水平。主要开展普通话培训，微笑服务培训，文明用语培训。

2、深入开展客户满意度调查，通过信访、回访等方式展开调查，对发现的问题作出相应整改，努力提高服务质量。

3、开设“党员先锋模范岗”，发挥党员先锋模范作用，以此牵引提高服务质量。

三、要求

1、全体员工必须严格按工司要求，努力学习，提高工作标准，增进业务水平，切实把下半年客服工作推进到一个新台阶。

2、每名员工要制定出自己下半年个人工作计划，工作计划标准要高，要切实可行，并认真落实。

3、其它事宜由公司另行通知。

客服工作计划 篇 15 从了一年的淘宝客服，之前是负责市场销售的工作，后来转回从事淘宝这行业，就从此清晰了自己的人生目标，像我学历和资历不高的人来说，选择这行业是很明确的。

同样作为一位客服，时不时也会和其他人都有一种枯燥和繁琐的感觉，感同身受，但每次能获得顾客们的服务质量认可和夸张时，前期有的那种枯燥和繁琐已经被转化为价值了。要做好一个合格或成功的客服要耐心、细心和团结，做到精学到精，相信会提升自身的价值。现在转学推广，同时也在负责这方面的工作，希望能与有经验者共同交流一下，以下是我在工作上的计划：

1. 【接待】

真诚的面对每一位前来咨询的客户，用和善友好的态度及笑脸表情让顾客感受你的真诚。

对客户提出的问题要快速，准确地进行解答，尽量不让客户等太久，对自己不明白的问题，别妄下结论，要询问内部确定后再回答客户！也不可自大夸大产品功能等信，以免让顾客收到货后心里有落差。

3. 【回访/留言】交易成功后的订单我是建议以旺旺编写针对性的一些留言，比如这次我们清仓：亲，现在我们店铺清仓大活动中，3折起的优惠，除开特价以为，其他商品都是满100即减20的活动，欢迎亲来选购呵！实在没有动静再采取其他措施：如老顾客电话回访！售后问题建议电话回访了解。还有每售出一件特价清仓的商品我会给一些温馨提示先和亲说清楚呵，我们这些特价都清仓货品来的，在换的范围会尽量给亲换的，但不宜退货的哦 尽减少售后些工作。

4. 【登记好友的信息】为更快捷完成订单和更贴心服务，凡是加为好友的客户们，我都会在好友的备注处或后台的订单登记顾客的信息：身高、体重和购买信息。已加亲为好友了，亲的身高/体重和穿着信息都登记好了，下次咨询时记得联系小青呵，会很贴心地为亲提供服务的，另外，可以在咨询中可以随便了解顾客平时穿哪家的品牌，分析的消费档次，以便推荐！

5. 【登记每天的日记】

A 遇到暂时缺货和新款上架需要通知的客户，建一个文档登记：ID、需要通知的款号、码数等相关的信息，等来货后第一时间电话通知客户们选购，新款可以编写简洁语统一通知顾客们选购。

B 平时有需要跟踪的订单，如物流信息不明，或缺货没发而又联系不上已留

言的。

6. 【检查】

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/906241140005011003>