

客户服务管理制度范本

客户服务管理制度范本

一、什么是管理制度

管理制度是组织、机构、单位管理的工具，对一定的管理机制、管理原则、管理方法以及管理机构设置的规范。它是实施一定的管理行为的依据，是社会再生产过程顺利进行的保证。合理的管理制度可以简化管理过程，提高管理效率。

二、管理制度的主要特征

1、权威性

管理制度由具有权威的管理部门制定，在其适用范围内具有强制约束力，一旦形成，不得随意修改和违犯；

2、完整性

一个组织的管理制度，必须包含所有执行事项，不能有所遗漏，如发现或新的执行事项产生，应相应的制定管理制度，确保所有事项“有法可依”；

3、排它性

某种管理原则或管理方法一旦形成制度，与之相抵触的其他做法均不能实行；特定范围内的普遍适用性。各种管理制度都有自己特定的适用范围，在这个范围内，所有同类事情，均需按此制度办理；

4、可执行性

组织所设置的管理制度，必须是可执行的，不能偏离组织本身事务，成为一纸空文；

5、相对稳定性

管理制度一旦制定，在一般时间内不能轻易变更，否则无法保证其权威性。这种稳定性是相对的，当现行制度不符合变化了的实际情况时，又需要及时修订。

6、社会属性

因而，社会主义的管理制度总是为维护全体劳动者的利益而制定的。

7、公平公正性

管理制度在组织力对每一个角色都是平等的，任何人不得在管理制度之外。

三、客户服务管理制度范本（精选 11 篇）

管理制度是组织、机构、单位管理的工具，对一定的管理机制、管理原则、管理方法以及管理机构设置的规范。下面是小编为大家整理的客户服务管理制度范本（精选 11 篇），仅供参考，欢迎大家阅读。

客户服务管理制度 1

1、在接听客户投诉电话和意见是需要坚持语言的礼貌礼貌，措辞得当，准确表达自我的意思，语言饱满，并且坚持耐心，听取客户问题和意见。

2、及时完整准确的反馈客户问题，并做记录；协同相关部门为客户解决问题并及时给予客户回复。

3、及时更新和整理客户信息，定期回访坚持与客户之间的联系，挖掘客户的潜在价值，发展长期的客户关系。

4、做好客户来访的登记工作，并接待好客户。

5、根据客户所投诉的资料和严重程度进行分类，并且制定不一样的处理流程，而对于严重事件则需要第一时间为客户反馈和处理，持续跟踪事件处理情景，做好客户的安抚和沟通工作。

6、树立企业良好形象，提高客户服务水平，及时满足客户需求，最大程度的为客户供给满意的客户服务。

7、明确客户管理部门的管理职责，细化客户服务流程，分工分责，制定要客户管理部门的培训和培训目标，保证为客户供给优质的客户服务。

客户服务管理制度 2

一、总则

公司秉承“技术为本，务实创新，客户至上，服务第一”的经营理念，体现温馨、温情、温暖的服务宗旨，提高顾客满意度为指导方向，追求最完善的客户服务。

二、服务承诺

1、专业安装：我们拥有专业安装人员，免费上门设计、安装，根据客户要求，我们以专业的水准为其选定合适的安装地方，力争让顾客称心、满意。

2、售后跟踪：公司对售出的 GPS 系列产品，我们将做长期售后跟踪服务，让我们用周到热情的服务保证每一位消费者能用上满意的产品。

3、保修与维护：售出的 GPS 系列产品保修期外维修只收零部件费用。

三、工作守则

1、负责公司 GPS 终端产品的安装、维护及售后服务工作。

2、及时把客户和行业的各种信息反馈给公司。

3、认真保管和维护安装维护资料和工具。

4、及时赶赴现场处理各种故障。

四、安装维修服务细则

1、公司客户服务人员接到《安装需求单》、《安装车辆明细》及《司机信息和车辆基本信息》，填写《安装任务派工单》

2、公司客户服务人员在接到维修来电来函时，应详细记录客户名称、具体地址、联系方式、商品型号、购买日期等相关信息，查清存在的问题和故障现象，填写《维修服务单》。

3、经 GPS 事业部经理审批《安装任务派工单》和《维修服务单》，安排合适的维修人员。

4、公司安装维修人员出发前须核对安装维修信息，准备好工具，备品配件及相关文件等。

5、如需返修，维护人员须将车牌号，故障现象写在纸胶带上粘贴在终端上，并将原终端号与更新的终端号填写在《维修服务单》上。保证终端产品外观整洁。

6、如需更换 SIM 卡，要将新旧 SIM 登记在《维修服务单》上。

7、对安装维护工作的质量及其文件的完整性负责。

8、公司安装维修人员在服务过程中必须要做到诚心、精心、细心，不损坏其他物品。

9、凡属，应由维修人员直向接客户收取费用，并开具发票，回到公司后，立即将款交于财务。

10、公司鼓励维修人员通过多种形式提高其维修技能。

五、客户意见和投诉

1、公司通过公示的热线服务电话、信箱其他方式，接受客户和消费者的服务咨询、意见反馈和投诉等。

2、公司客户服务人员要按照公司规范语言进行，热情礼貌，不许怠慢任何一个客户和消费者。

3、公司对每次来电、来信、来访须给予迅速、满意回复，对有价值的意见和建议要综合整理，提供给相关部门。

4、各地服务中心对客户提出的意见和建议，都应向公司相关部门反映，并将处理意见和结果及时通报给客户。

七、客户服务人员的服务准则、权限及应急方案

1、服务准则

1) 一流的服务态度，超值的服务质量，宣传企业文化，树立公司形象。

2) 服务及时、快捷，最短的叫修、等待时间，最少的修理耗时。

2、安装维护人员权限

1) 对使用的材料工具及资料严格控制和保管。

2) 及时向部门主管如实反映各种情况。

3) 严格执行公司的客户服务管理制度。

3、应急方案

1) 如在维修过程中由于器件或配件的不足而不能处理，可通过口头请示或其他办法灵活处理。

2) 遇紧急叫修通知，维修技术人员都不在公司时，可经部门经理同意，派外协厂家或其他部门人员协助。

本制度自 20XX 年 2 月开始执行。

客户服务管理制度 3

第一条目的

为求迅速处理客户投诉(客诉)案件，维护公司的信誉，促进质量改

善与售后服务，制定本办法。

第二条范围

包括客诉表单编号原则，客诉的处理、追踪改善、成品退货、处理期限，核决权限及处理逾期反应等项目。

第三条适用时机

凡本公司产品遇客户反应质量异常的申诉(以下简称“客诉”)时，依本施行办法的规定办理。(如未造成损失时业务部或有关单位前往处理时，应填报“异常处理单”反应有关单位改善)。

第四条进行客诉处理时，必须依据客诉处理程序来进行。

第五条客诉分类

客诉处理作业依客诉异常原因的不一样区分为：

(一)非质量异常客诉发生原因(指人为因素造成)。

(二)质量异常客诉发生原因。

第六条处理职责

各部门客诉案件的处理职责

(一)业务部门

- 1、详细检查客诉产品的订单编号、料号、数量、交运日期。
- 2、了解客诉要求及确认客诉理由。
- 3、协助客户解决疑难或供给必要的参考资料。
- 4、迅速传达处理结果。

(二)质量管理部

- 1、进行客诉案件的调查、上报以及职责人员的拟定。
- 2、发生原因及处理、改善对策的检查、执行、督促。
- 3、客诉质量的检验确认。

(三)总经理室生产管理组

- 1、客诉案件的登记，处理时效管理及逾期反应。
- 2、客诉资料的审核、调查、上报。
- 3、处理方式的拟定及职责归属的判定。
- 4、改善客诉方案的提出、执行成果的督促及效果确认。
- 5、协助有关部门进行客诉的调查及妥善处理。

6、客诉处理中提出客诉反应的意见，并上报有关部门进行追踪改善。

(四)制造部门

1、针对客诉资料进行详细调查，并拟定处理对策及执行检查。

2、提报生产单位、机班别、生产人员，及生产日期。

第七条客诉处理表编号原则

(一)客诉处理的编号原则

年度(××)月份(××)流水编号(××)

(二)编号周期以年度月份为原则。

第八条客户反应调查及处理

(一)业务部人员于接到客户反应产品异常时，应即查明该异常(编号、料号、交运日期、数量、不良数量)、客户要求，并即填具“客户抱怨处理表”(附表 2)连同异常样品签注意见后送总经理室办理。若客户要求退(换)货数量因客户尚在加工中而无法确定时应于“客户要求”栏注明：“客户加工中未确定”

(二)为及时了解客户反应异常资料及处理情景，由质量管理部或有关人员于调查处理后三天内提出报告，上报总经理批示。

(三)总经理室生产管理组接到业务部门的“客户抱怨处理表”后即编列客诉编号并登记于“客户抱怨案件登记追踪表”后，送质量管理部追查分析原因及判定职责归属部门后，送生产单位分析异常原因并拟定处理对策，并送经理室批示意见，另依异常状况送研发部提示意见，再送回总经理室查核后送回业务部门拟定处理意见，再根据总经理室的综合意见后，依核决权限再送回业务部依批示处理。

(四)业务人员收到总经理室送回的“客户抱怨处理表”时，应立即向客户说明、交涉，并将处理结果填入表中，经主管核阅后送回总经理室。

(五)总经理室生产管理组接到业务部填具交涉结果的“客户抱怨处理表”后，应于一日内就业务与工厂的意见加以分析作成综合意见，依据核决权限分送业务部经理、副总经理或总经理核决。

(六)判定发生单位，若属我方质量问题应另拟定处理方式，改善方

法是否需列入追踪(人为疏忽免列案追踪)作明确的判定,并依“客诉损失金额核算基准”(附件 1)及“客诉罚扣判定基准”拟定职责部门损失金额,个人惩处种类呈主管批示后,依罚扣标准办理,若涉及行政处分则依“客诉行政处理原则”办理。

(七)经核签结案的“客户抱怨处理表”第一联质量管理部存,第二联制造部门存,第三联送业务部门依批示办理,第四联送会计科存,第五总经理室存。

(八)“客户抱怨处理表”会决后的结论,若客户未能理解时业务部门应再填一份新的“客户抱怨处理表”附原抱怨表一并呈报处理。

(九)总经理室生产管理组每月十日前汇总上月份结案的案件于“客诉案件统计表”会同制造部、质量管理部、研发部及有关部门主管判定职责归属确认及比率并检查各客诉项目进行检查改善对策及处理结果。

(十)业务部门不得超越核决权限与客户做任何处理的答复协议或承认。对“客户抱怨处理表”的批示事项据以书信或电话转答客户(不得将“客户抱怨处理表”影印送客户)。

(十一)各部门对客诉处理决议有异议时得以“签呈”专案呈报处理。

(十二)客诉资料若涉及其他公司,原物料供应商等的职责时由总经理室会同有关单位共同处理。

(十三)客诉不成立时,业务员在接到“客户抱怨处理表”时,在规定收款期收回应收帐款,如客户有异议时,再呈报上级进行处理。

第九条 客诉案件处理期限

(一)“客户抱怨处理表”处理期限自总经理室受理起国内十五天国外二十天内结案。

(二)各单位客诉处理作业流程及处理期限

第十条 客诉金额核决权限

第十一条 客诉职责人员处分及奖金处罚

(一)客诉职责人员处分

总经理室生产管理组每月十日前应审视上月份结案的客诉案件,

凡经批示为行政处分，经整理后送人事单位并在“人事公布单”上公布。

(二)客诉绩效奖金处罚

制造部门、业务部门及服务部的职责归属单位或个人由总经理室依客诉案件发生的项目原因决定职责归属单位，并开立“奖罚通知单”呈总经理批准后复印三份，一份自存，一份会计单位查核，一份送处罚部门处罚奖金。

第十二条成品退货帐务处理

(一)业务部门于接到已结案的“客户抱怨处理表”第三联后依核决的处理方式处理：

1、折让、赔款 2 业务人员应依“客户抱怨处理单”开立“销货折让证明单”一式二联，呈经副)理、总(副)经理核签及送客户签章后一份存业务部，一份送会计作帐。

2、退货、重处理：即开立“成品退货单”注明退货原因，处理方式及退回依据后呈经(副)理批示后，除第一联自存督促外其余三联送成品仓储据以办理收料。

(二)会计科依据“客户抱怨处理表”第四联中经批示核定的退货量与“成品退货单”的实退量核对无误后，即开立传票办理转帐，但若数量、金额不符时依左列方式办理。

1、实退量小于核定量或实退量大于核定量于必须比率(即以该客户订制时注明的“超量允收比率，若客户未注明时依本公司规定)以内时，应依“成品退货单”的实退数量开立“传票”办理转帐。

2、成品仓储收到退货，应依业务部送来的“成品退货单”核对无误后，予以签收(如实际与成品退货单所载不符时，得请示后依实际情景签收)。“成品退货单”第二联成品仓储存。第三联会计科存，第四联业务部存。

3、因客诉之故，而影响应收款项回收时，会计部门于计算业务人应收帐款回收率的绩效奖金时，应依据“客户抱怨处理表”所列料号之应收金额予以扣除。

4、业务人员收到成品仓储填回的“成品退货单”应在下列三种方

式中择——取得退货证明：

(1)收回原开立统一发票，要求买受人在发票上盖统一发票章。

(2)收回注明退货数量、单价、金额及实收数量、单价金额的原开立统一发票的影印本，且必须由买受人盖统一发票章。

(3)填写“销货退回证明单”由买受人盖统一发票章后签回，取得上述文件后与成品销货退回单一并送会计部作帐。

客户服务管理制度 4

一、服务监督制度

技术服务部负责受理客户的投诉及服务请求，按照服务控制程序及相关作业指导书来保质实施服务内容；

业务部负责监督技术服务部服务质量，为保证技术服务部的服务质量，实现服务、监督两条线管理，业务部每月对技术服务执行部门的服务受理、主动维护情况等各项服务工作进行考核，月底编制《服务监督报告》并上报公司总经理，确保服务流程得到有效地执行，从而提高服务和产品质量。

二、首问制和专人负责制

1、客户首次问询的工作人员为第一责任者。

2、第一责任者对所接待的客户要做到热情、耐心。对办理的服务、反映的问题或要求要认真做好记录。

3、客户询问或要求办理的事项在第一责任者分管的职责范围内。能够一次办结的事项，必须一次办结，对客户提出的问题要耐心认真的回答，不准推脱和误导，需要上门服务的事宜要及时处理。

4、对客户的来询或要求办理事项不属于第一责任者职责范围的，第一责任者要认真登记，然后移交其它主管领导。如果主管领导不在，移交分管本事项的其它同志。

5、凡涉及到单位重大事项，第一责任者要立即向总经理汇报，以便妥善处理。

6、第一责任者有权先解决客户问题后提交工作联络单。

7、当第一责任者出现推诿、扯皮、不积极配合或等现象时，部门当事人将给予批评、教育和处分，情节严重的调离原工作岗位。任何

工作职责范围内的，都应礼貌地向客户做出反应，并将问题详细记录下来，及时反馈给客服部或相关服务执行部门人员，主动服务，不应让客户打第二次电话。

客服部每年 12 月负责向新老客户寄送新年礼物，并了解客户次年的需求计划。

四、周报制度

每周五下午部门例会，技术服务人员必须提交本周客户服务情况和客户反映信息，例会上应及时总结分析各类情况。

五、客户回访制度

建立定期客户回访制度，客服部对交付使用的项目建立回访档案，进行定期的电话回访，即一年内项目每月回访一次；一年以上的项目每季回访一次，以满足客户的要求。

六、跨部门协作制度

服务流程实施过程以需求部门为主开展工作，其它合作部门根据需求完成配合工作。当需求部门在协调其它部门配合过程中出现意见分歧，导致工作开展难以继续，则将各部门意见提交至办公室，由办公室主持裁决，并由监督协作部门配合完成。

七、故障报告制度

项目发生重大故障时，第一时间获得故障信息的公司员工应及时通知相关部门和人员，并将故障的发生时间、地点、现象、处理预案传递至业务签单人员和分管经理。分管经理备案信息后应及时转达公司高层领导。同时，分管领导跟踪故障处理情况，故障结束后技术服务部主管应组织相关维护人员填写故障分析报告，将故障造成的影响、处理情况、原因分析、采取的纠正预防措施等及时反馈给客户及业务部。

八、节假日服务保障制度

节假日主要是指国家法定假日，包括元五一、国庆、元旦和春节。节假日期间，是各企业网站受点击的高峰期，客服部必须在节假日期

相关服务部门。

确保服务流程执行过程中的主要信息能够及时、有效地在公司内部及公司与客户之间传递。在处理紧急状况时，技术服务部有权先解决问题，再提供工作联络单，以提高问题解决的效率。

十、服务分类

10.1 主动式服务

10.1.1 产品质量巡检

由项目经理对各项目定期开展质量巡检工作，全面检查，发现问题和隐患现场进行分析，并及时递交给客服部予以解决。

10.1.2 客户满意度调查

通过电话、信函、现场、传真、E-mail 等方式向客户发放调查问卷，了解客户对公司产品的技术安装、系统运行、工程实施、售后服务和对客户培训等各方面的满意度评价，并对调查结果进行统计分析，对于存在的问题及时寻求解决办法，以逐步提高客户满意度。

10.1.3 服务调研

由高层领导带队，组织资深工程师定期到现场进行服务调研工作，听取客户对本公司客户服务工作的意见、建议和批评，并及时处理客户的投诉。服务调研活动结束后，将调研时收集的意见和建议汇总整理，制定解决方案并及时实施，以使我们的服务能真正满足客户要求，达到客户的期望值，甚至超出客户的要求和期望值。

10.2 被动式服务

10.2.1 热线应答服务

当客户出现问题或故障时需要寻求帮助，首先可以通过热线电话请求帮助和指导，及时解决问题或排除故障。

10.2.2 远程服务

当热线应答服务无法排除故障时，在客户授权的前提下，可根据客户提供的问题现象和故障描述，通过互联网远程接入客户所用系统来指导客户方面技术人员直接处理系统故障。

现场服务

当热线应答服务及远程服务无法解决客户提出的服务请求时，客服部将指定相关技术人员在尽可能短的时间内抵达现场进行服务（不同的服务现场规定在不同时间内出发到达），以求问题的最终解决。

10.3 人性化服务

人性化服务就是要尊重以人为本的服务理念，尊重客户个性，尊重客户的习惯，尊重客户的喜好，在可能的情况下一切按照客户要求提供服务。人性化服务就是为客户提供的服务能被客户所接受和喜爱，超出客户的期望值。当无法达到客户的期望值时，需要进行分析原因并改进实施方案和措施，给客户一个最满意的回复。

5

一、人员素质

1、具有良好的职业道德和正确的服务思想，树立把困难留给自己，把方便让给客户的服务宗旨，维护本企业形象，全心全意为客户服务。

2、精通本岗位的业务及相关业务流程。熟练掌握本业务的预订、反馈、回访服务等处理程序和方法。

3、了解本企业已开办的各项业务(包括系统功能、使用方法、合作处理流程，会员回访流程，服务标准)。

4、普通话标准、流利，能听懂本地方言。

5、计算机操作熟练。使用五笔输入法，打字速度达 80 字/分。

6、客服代表在受理客户咨询、投诉时，必须严格执行规范的服务用语，态度和蔼、亲切，热情处理客户的咨询或投诉；

7、客服代表在工作过程中，应严格按照“三要、三不、四个一样”的要求去做。即：

三要：要“请”字当头，“您”字不离口，“再见”结尾。

三不：不使用生硬语言，不说推卸责任的话，不责备、埋怨客户。

四个一样：生人熟人一个样、有无检查一个样、工作忙闲一个样、情绪好坏一个样。

二、值班制度

1、值班人员值班在岗，坚守岗位、坐姿端正、精神饱满、集中精

2、值班人员要服从指挥调度，认真按各项业务流程、服务规范及操作规范的要求去做。

3、值班时必须使用规范服务用语，从语气、声调、应答上做到：礼貌、亲切、简练、清晰、耐心、周到。

4、树立以“客户”为中心的服务理念，牢记“客户永远是对的”服务原则，做到反应快、应答及时。

5、自觉遵守劳动纪律，履行操作员职责。严禁在工作场所内大声喧哗，未经经理批准不得擅自离岗。

6、严格交接班手续，认真遵守交接班制度。

1、做好班前准备，岗位交接要简练、快速，不允许闲谈，并要迅速进入工作状态。

2、接班人未到岗，交班人不得离台。

3、仔细阅读主网站最新业务资讯、后台系统客服公告，及时了解业务变更及优惠政策，并做好推荐工作。

4、交接日志要对设备情况、疑难问题、人员调班等情况，记录清楚了。

四、现场纪律制度

1、办公区内不得大声喧哗、大笑、嬉戏，不许串岗，不做与工作无关的事。

2、电脑显示器位于台面右侧，耳机悬挂于机台左侧。

3、工作台面整洁，记事本统一放置同位。

4、座椅整齐，离座后桌椅、物品应及时归位。

5、出入办公区不得超过规定时限，如有特殊情况需请示值班经理。

五、现场管理制度

1、听从管理人员的指挥调度。

2、规范使用服务用语，快速解答客户问题。

3、坐姿端正，台面要整洁卫生，桌面上不得摆放与工作无关的物品。

、椅子、键盘、电脑不能随意移动。离台时键盘要推入抽屉，不能在设备处乱涂乱画。

5、上班时间不能看书，不能与临台闲聊(业务交流除外)、不能私挂用户电话;手机铃声调为振动。

上班时间不准上与工作无关的网、玩网络游戏或在线看电影;除众品网网页外不能上其他无关网站。

接打电话时不能吃东西，上连班吃饭需离开客服部工作范围。

不得随便使用客服部固定电话长时间拨打私人电话。

1、办公区内微机、桌椅、文具等物品摆放整齐无尘土;

2、门窗明亮，地面整洁;

3、员工上班着装整洁、卫生，长发要束发，尽量职业化。

4、着装整洁，不皱巴、不缺残、不挽袖，画淡妆上岗;

5、个人物品妥善保管，严防丢失。禁止乱拿乱用，及时锁柜，否则后果自负;

6、公共卫生区域打扫由晚班人员负责，个人位置桌面卫生定期由个人负责。

七、换班制度

1、认真执行换班制度，做到不迟到，不早退，不无故旷工，确保当班时间准点到岗，为保证座席正常接通，且请假需上级领导审批，如遇特殊情况者请尽量与其他休息同事换班。

2、员工在工作期间因本人或其它需要在工作时间内亲自处理事情可允许换班。

3、换班必须经双方当事人同意，填写换班登记表后经部门经理签字批准后方可生效。

4、每人每月换班不得超过3次。不允许连续换班，换班者、还班者不允许连班。

5、换班双方必须交待清楚，若交代不清造成误班、空班的按旷工处理，并按责任大小考核双方当事人。

6、换班和还班均不得请假，否则按旷工处理。

、节假日当班人员不允许换班或请假。

1、对内代表客户利益，对外代表公司形象，履行首问负责制的规范要求。

2、客服工作要加强公司内部协调，对每个问题的解决都要进行跟踪并限时处理。

3、熟悉并掌握各业务知识，及各项业务操作技能和相关业务流程。

4、熟练客户的各种业务服务需求，对于自己不能处理的及时反馈相关部门或上级领导。

5、向客户提供准确、迅速、亲切、周到的服务，做好“问声、应声、送声”三声服务。

6、树立以“客户为中心的服务理念”，牢记服务原则，我们的职责就是让客户满意。

7、努力学习，不断总结服务工作的实际经验，提高自身的业务素质与业务技能。

8、对客户服务过程中发现的问题及时反馈，并积极提出改进意见和建议。

9、遵守有关的规章制度，关心集体。

10、完成领导交办的事宜。

客户服务管理制度 6

一、客服的主要工作

1、配合销售人员做好试机、充卡和资金回收工作；

2、接听客户的咨询、投诉电话，做好工作记录；

3、与客户建立良好的工作关系，为公司进一步开展业务工作奠定良好的基础；

二、客服工作管理规定

1、工作期间应面带微笑，工作认真进取有耐心，负有责任心；

2、与客户接触的过程中，应进取主动的全面了解客户的情景，及时为其解决问题；

3、根据当天的工作情景，详细的把与客户接触的不一样情景以工

作报表的形式进行登记，并向部门经理汇报；

4、应严格遵守公司和部门的各项规章制度，按时出勤上下班，做好签到；

5、在工作期间，代表公司的形象，应注意语言的技巧，不得与客户发生争执，不得做有损公司利益的事情；

6、在上班时，应进取好努力工作，不得从事任何与工作无关的事情；不得私自会客，不得接打私人电话（如有不得超过 3 分钟），不得拨打信息台、浏览与工作无关的网站打游戏（抓到一率严惩，决不姑息）等。

三、客服人员的要求

1、客户服务人员不得对用户做出夸大其辞的承诺，或运用某些权威机构的名义对客户施压等；

2、客服人员不得与客户争辩，应明确客户投诉的真正原因及想要得到的解决结果；

3、严格执行公司的相关规定，依据有关规章制度对客户提出的疑问，做细致、明确的回答，如有自我不能确定的事项不能信口辞黄，做不负责任的答付；

4、建立完整的客户资料及时反馈客户意见及市场信息，为销售部门开展业务做辅助工作；

5、定期向客户供给本公司新的业务项目及相应的新服务项目，和客户坚持良好的合作关系。

四、客服人员个人素质要求

1、客服人员要有职责心，进取心，敏锐的洞察力和敬业精神；

2、要有健全的心智，整齐的仪表，良好的习惯，亲切的微笑，饱满的热情与正直的品质；

3、广泛的人际关系和良好的自我形象；

4、对公司的产品和服务项目要有深入的了解和认识。

五、客服人员的心理要求

1、要持有不仅仅想把客户留住，还要与客户建立长久合作关系的心态；

2、接听客户电话要注入热情，运用礼貌用语，要多站在客户的角度想问题，说话要尊重对方，要对自我的企业有信心；

3、接听电话时也要面带微笑，决不允许把个人的情绪带到工作中来；

4、接听客户的投诉电话时，不允许打断客户，要去听客户说，要让客户去说，使客户有发泄的机会，一吐为快，了解客户投诉的真正原因；

5、接听完客户的投诉电话时，如果是本公司的职责，要根据情节轻重，决定是否要上报公司并及时、主动向客户致歉，如果不是本公司的职责，决不要说出致歉的话语，以免让客户觉得职责仍在本公司

六、客服人员薪酬管理制度

客服人员的工资标准：

基本工资 XXXX 元，试用期三个月，工作期间如没有客户和销售人员的投诉，则基本工资发放。如有客户与销售人员的投诉视情节严重性而定，最低罚款 10 元次。

七、考勤制度

1、出勤情景

上班时间：早 8：30-17：30；

迟到人次日扣除标准为基本工资总额的 1%，最多每月不得超过三次，超过三次（含）以上者，扣除人次日标准为基本工资总额的 5%。

2、工作表现

在工作期间应坚持严谨的工作态度，不应破坏公司的形象及管理制度，每一天递交完整、真实、标准的工作报告。

客户服务管理制度 7

第一章 总则

第一条 为健全激励机制，提升客户服务人员工作积极性、责任心，保障产品产量和服务品质，降低不必要的服务成本，特制定本管理制度。

第二章 激励原则与对象

第二条 服务质量为主，服务工作量、服务成本为辅。

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/966010031015010221>