

客户回访汇报 年度客户回访总结报告

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

客户回访汇报 年度客户回访总结报告篇一

尊敬的各位领导，老师们：

大家好！

我是业管部的罗夏星，刚刚听过领导以及老师的汇报，我觉得自己的总结很是简单，下面的汇报若有什么不妥之处，还希望领导和老师们给以指正。在这半年里，在公司领导和同事的帮助下，我在学习和工作中成长，虽然存在很多问题，但也逐步成熟。现将半年的工作、思想作一总结汇报，以便来年更进一步，有所提高。

一、电话回访情况

刚开始做电话回访时，因为紧张，经常说错话，或者结结巴巴。半年来根据自己像一张白纸般的工作经历，靠着热情，认真学习，业务在不断的熟悉，打电话也不再那么紧张了，说话也渐渐流利了，回访量也从刚开始时30多个电话提升到了现在100多个回访电话。入司半年来共拨打电话4428件，成功回访件为3158件，成功率为71.3%。

但是从客户对回访态度来看，大部分客户对回访认识都不高，拒访或不接电话的客户大有人在，从我曾统计过的8月份至12月份银保通数据中拒访、不接电话等转面访的问题件

在27%~29%之间，这反映了很多客户对回访的重要性认识不高。

拒访或不接或随便应付回访人员询问都会降低电话回访的真正成功率，其实通过回访，一方面是为了向客户提供优质服务，强化客户对保险条款的进一步了解，同时也是为了确认客户填写的保单信息是否准确。因此，为了防止错买保险，客户不应轻易拒绝保险公司的回访。同时要做好接受保险公司电话回访的心理准备，积极配合回访。针对我们回访人员，也要加强学习，做好回访的每一个环节。

保险合同内容变更申请书却上传面访问卷来充数。

处理电话回访一系列工作的好坏，间接甚至直接影响公司的信誉，因为对客户回访工作实际上是实施监督机制的具体体现，能有效促进售后服务工作质量的提升，从而提高公司美誉度和可信度。还应该通过客户反馈的意见，来改进公司的工作。所以电话回访工作就必须有过硬的举措，不能流于形式。

二、续收周报情况

续收周报的目的是监督并促使地州在续收业务上持续渐进发展并完成考核任务，从而促进机构加强续收管理。从我负责续收周报开始已经做了15期。而2012年的续收业绩，云南省已圆满完成了总公司下发的续收业务考核指标。刚步入的2017年10天时间，续期保费已突破500万大关，收展新单收入239万元，在短短的几天已打破2012年以前新单为零的记录。

其实续收渠道难度很大，要建立健全续收管理，还需要多方努力。曾在未圆满完成续收考核的机构中了解中，无论是续期还是收展新单，一个关键原因是负责续期的人力资源严重紧缺；另外，和谐人生难收费也是阻碍几家机构未完成的一个主要原因。据悉，在销售和谐人生该险种时，业务员没有明确告知客户缴费期问题存在，导致客户交了几年后就

不再继续缴费；此外，没钱缴费或是已失去联系的客户的存在也是不可忽视的问题。

督促地州完成考核的同时也鼓励地州继续完善续收基础管理制度，在这里也需要更多领导的支持。

三、继续加强的工作

险种信息等保单信息；熟悉话术；检查录音设备是否处于开启状态；回访前调整自我情绪，好的情绪可以增加自信心，同时将快乐的情绪带给客户。接通电话后，要与客户确立关系，让客户感觉到我们是站在客户一方的，当然也要让客户认同这种关系；当客户拒绝回访时，强调回访的目的，或适时改约回访时间，给客户一定的考虑时间，再次预约完成回访；当客户在回访中有疑问时，可适当解释，如无法确认的问题，可委婉的告诉客户会转告相关人员，由其向客户解释；当客户在回访中有不耐烦情绪时，适当加快回访语速；切勿在回访过程中使用客服禁用语，如不是的、你听我说、我不知道、这是公司的规定等等。回访结束后按要求保存。

四，对自己未来的要求

1、时刻严格要求自己，做好本职业工作，积极、认真地完成好每一项任务，严格遵守公司各项规章制度，认真履行岗位职责。

《年度客户回访总结报告》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

2、多利用业余时间学习公司条款，各种保险知识。通过多看、多学、多练来不断的提高自己的各项业务技能。

3、提高电脑办公的实用知识与软件应用技术，学习统计方面的知识。

4、配合领导继续加强电话回访基础管理工作，进一步完善相关管理制度

5、从服务的本身出发，“一切为了客户着想”，不断创新服务内容

6、提高数据分析能力，多与地州沟通，把续收时存在的问题及时反馈给领导。

这半年来，我自己成长了很多，得到了很多，学到了很多，但随时都感觉到我对保险的认识很肤浅，希望我会更加积极主动虚心请教各位老师的先进工作经验和保险知识，充实自己专业技能。也希望能尽自己的力量，做的更好。每天进行回访，听得多了，就期望的多了，就希望公司能有新的起步，尤其是希望售后能有更大的进步。

谢谢！

2017年2月共收到病员回访信息表875份，其中无信息、错误信息、有信息未接共151份，实际回访724份，总回访率83%，回访率最低的科室是骨科，最高的科室是心血管、神经内科。在2月的回访病员及家属中，有713份对我院医护人员的工作表示满意，有9份病员及家属对我院医护人员的工作评价一般。有2份病员及家属对我院医护人员的工作评价不满意，总满意度为98%，说明我院广大医护人员的辛勤付出仍然得到了广大病员及家属的认可和赞扬。

一、对疾病的诊治缺乏规范的方案，要求静养的病人又要求到院外做检查，不能手术治疗、又不建议转院。

二、临床实习护士穿刺技术差。

三、b区收费室工作人员服务态度差、不了解情况、又不解释、专横、机械、工作方法简单、不耐心、不热情。

四、医生每天诊视病人的次数较少、无法与医生沟通交流病情。

五、存在医疗费用过高。

六、医院环境差（如厕所太脏）。

七、医疗质量存在疗效不佳、出院后又转至县中医院、市级医院治疗。

八、逐日清单显示，记了辅助检查化验费，但实际情况又未做该检查，属于乱计费。

九、自费药品、自费检查比例过大，涉及报销的比例少、个人承担比例大。

十、吸氧、雾化治疗，医嘱调整后未及时于病人沟通、解释其原因，引发误会和医疗告知信息缺乏。

十一、个别医护人员对病人呼叫应答不及时、巡视少、解释不耐心。

十二、病人较多、加床较多的科室：护理人员较少、与实际工作需求不相适应、建议适当增加护理人员。

十三、回访表填写中、误将病员性别填错的现象时有发生。

2月回访情况显示，绝大多数病员与家属对我院的诊疗工作、服务工作是满意的，同时也反映出在我们的工作中，特别是服务工作中还有持续改进的地方，综合以上十三条工作服务缺陷分析，集中体现在“认真”或“负责”二字不落实，都不涉及、违背诊疗、检查原则或常规、规程，主要存在于医疗服务方面的缺陷、不热情、不耐心、不细心、不认真、告知解释不及时、沟通不全面、不持续，关键点是我们的医务

人员未与患者进行换位思考，对待工作、对待病员。以致医患误会、误区多，造成医院良好形象降低、满意度下降。

所以，我们广大医务人员及职工，在工作中必须不断修

炼好服务行业中，最基本的五种技能：“看、听、说、笑、动”。以适应和改进我们的服务工作。质量永远要第一、服务永远要超前。

我院历来重视病人回访工作，特别是“三好一满意”活动开展以来，我院把病人回访工作为服务好的一项重要内容，通过增加人力物力投入，坚持每月回访、二次回访，每月对回访工作进行总结讲评，回访工作开展扎实有效，取得了较好效果。

一、回访的主要内容

- 1、建立规范的回访记录本，内容包括：患者姓名、病情诊断、住址及电话、出院时间、回访时间、出院后治疗用药及病人现状，康复指导意见，患者及家属意见。
- 2、健康问题评估，包括病情反馈，是否正确用药，日常生活习惯，疾病对生活的影响等。
- 3、行为指导，根据回访对象存在的健康问题，有针对性的进行指导，病情解释，饮食指导，活动和休息指导等。
- 4、心里支持，良好的情绪状态和愉快的心情会为患者出院后的康复又恨的的促进，有助于生活质量的提高和对生活的信心和勇气，给患者一鼓励、以积极的态度面对病情面对生活。

二、工作方法

- 1、根据医院各科室每月出院病人的信息随机抽查，利用晚上

病人和（或）家属在家的时间进行电话沟通，并向他们发放调查表。

2、医院开设投诉电话，设立投诉箱，发放调查表。

3、医院对于工作人员不能回答的专业技术强的问题，请专家指导后，再通过电话进行解答。

4、医院要求工作人员实事求是做好每项工作，对病人或家属提出的问题、医院存在的不足如实汇报，使医患关系更加融洽。

三、本年度回访人数及回访率分析

1、1—12月份全院出院总人数为19565人次，实际回访18412人次，院回访率达94.1%。通过医院100%回访和10%抽访的双重回访制度，病人满意度达到99.5以上。

2、医院回访率达不到百分百的原因主要有：

（1） 登记电话号码错误或者故意留错电话号码。

（2） 电话空号错误号或停机，部分患者因某种原因不愿或故意不告诉医院真实的电话号码，但碍于情面就告诉医生一个错误的号码或联系方式。

（3） 部分病人因病种医院避免回访：如对妇产科流产患者，牵涉到病人的隐私不做回访。

四、回访工作的几点体会

通过回访能使患者出院后得到医护人员的关心与问候，将医院的关心和帮助延伸到患者的家庭中，能在医院与患者、医院与社会之间架起一座沟通桥梁，充分体现了“以病人为中心”的服务理念，也为医院赢得了声誉。

为了更好地做好回访工作，在日后工作中还应注意以下几点：

2、回访的目的是使患者能够得到正确的健康行为指导，对病人的康复和身心健康起到一定的帮助，良好的沟通才能达到这一目的。

3、重病人要坚持多次回访，指导其病后康复训练。

4、回访人员要加强自身修养，对部分病人要保持耐心，认真做好解释工作。

二〇一二年十二月四日

客户回访汇报 年度客户回访总结报告篇二

第一条每一位工作人员在进行电话沟通前，应当充分了解自己、中心及服务项目的特点，打好基础、做好基本功。如果不能很好的介绍我们的服务项目，介绍自己服务的特色，那么我们就很难立刻在客户那里建立良好的印象，即“必先利其器”。

第二条电话沟通一定要彬彬有礼、热情大方、不卑不亢，语气既正式又有一定的柔和性，应逐渐将谈话环境轻松起来。第一次电话沟通必须非常清楚谁是目标顾客，然后要彻底了解他们的需要，以及他们是怎样评价**（产品）的特性和价值的，然后进行第二次电话沟通或者拜访。

第三条第二次及以后再电话沟通时，应更加自然以与客户交上朋友的感觉进行。加强客户对自己的熟知度，这样才能进一步的有效地进行**的详细介绍及讲解。

第四条如果客户说起价格高或者其他方面的话题，致使谈话有些尴尬时，应把所有责任承担在自己身上，说：“是这样

的，**老师，只所以能有这样的想法或者担心和顾虑，这怪我没能把这件事(**的好处、意义、作用等)讲清楚。”对于话题扯远的客户(对生命和健康有无所谓态度，或者过一天快乐一天的客户)应进行其优点的开发，对其进行有效的肯定和称赞，逐渐从家庭、亲人的责任感方面引入健康的理念，从而将话题拉回主题。

第五条电话接通后：

- 1、应先说明自己的身份：“您好!我是**，打扰您了”以消除客户的`不信任感。
- 2、应有客气语：打扰你一分钟可以吗？
- 3、应该简单明了地说明此次电话的目的。让客户明白你为什么给他打电话，也可以最有效地弄清楚客户的态度。
- 4、约面对面沟通的时间和方式。
- 5、对沟通比较好的客户结束语：谢谢您，对于健康方面的需求，您可以随时打电话找我，我的电话是*****，好，那我们先聊到这里?与您聊天真是开心，希望能为您服务，祝您工作顺利、身体健康。

第六条每次通话做好说细的记录：

第七条来电咨询过的客户电话用语及方式：

- 1、开头语：您好!或者*先生(女士)您好!我是**，打扰您了
- 2、目的：前几天(一段时间或者具体日期)您打电话对**进行了咨询和了解，现告诉您一个好消息，如果您来中心一趟，您将获得我中心关于**全套宣传资料(报纸、手册、光盘);能够更加直接、全面地了解基因与健康的现状、发展前景、对

个人健康的作用及详尽科普知识;如果您没时间我们可以派工作人员给您送去。但是如果您到我们中心来,您会获得意想不到的惊喜。可获得100-1000元的**代金券;可直接成为**健康俱乐部会员,享受会员服务。

3、进一步沟通:如果客户有兴趣和时间时可以将会员待遇讲解与他。

第八条收到过短信但未来电咨询过客户电话用语及方式:

1、您好,我是**,打扰您了,我们前一段时间给您发送了**的短信,不您看到了没有?(让对方回答,给以互动空间)

a□说看到了,问:那您对**是怎么看的?以下情况根据客户回答,进行解答,如果对基因检测有概念的或有一定了解的,先对其进行科技先进知识和对信息的关注的称赞,然后根据其认识的不全面做以补充或讲解。

b□说没有看,但有一定兴趣的客户,可以与他进行简单有效的讲解。

c□说没看过,又对此不感兴趣的客户,可以与他沟通其他的内容,让其与我们讲话,从而了解客户的情况和想法,甚至让其对自己推销产品。

d□一定兴趣也没有,不愿多说的,或者态度极其恶劣的,也应客气委婉地结束谈话。

2、将话题引导到见面沟通上来。

第九条陌生客户的电话用语及方式:

1、您好,我是基因检测河南推广中心的健康顾问**,打扰您了,从**处得知您是一位非常注重健康的人,我们是从事健

康工作的，想在这方面与您交流一下，不知您是否有兴趣。

a□可以呀，这时可以将我们的基因检测推出来，问其是否对此有所了解和认识。如果有一定的了解，简单沟通后可以约见面沟通，按第七条中的相关语言进行。

b□现在没时间，这时可以约下次通话。

c□不想说的，应客气委婉地结束谈话。

第十条先面对面沟通的客户电话用语及方式：

1、您好，我是**，打扰您了，**（时间地点）我们对**进行了沟通，不知道您现在对**有什么看**。

2、根据客户态度，进一步沟通，根据以上几条情况应对。

客户回访汇报 年度客户回访总结报告篇三

选择你的开场白，让你的顾客停留

一般第一句话这么说：“你好，欢迎光临xx-x专柜！”把你的品牌说出来，因为顾客可能是在商场瞎逛，可能路边的店有很多，他只是进来看看，可能并不知道你家的品牌，这时你要告诉顾客，你家的品牌！

还有一个原因，就是你要当着顾客的面，在他耳边做一边广告，这种广告效果比电视上，平面上的效果要强很多倍，因为是你真切的告诉他的！他可能今天不会买，但当他想买的时候，他的耳边会隐隐约约有个声音在耳边响起“xx-x专柜！”就会想到你。

第二句话，要把顾客吸引住，让他停留下来！

怎么才能把他吸引住呢？

那就是给他一个留下来的理由！

女孩子嫁给男孩子，也要有个理由的，哪怕这个理由很牵强！

“嫁给我吧！我给你两千万！”这就是一个理由！

第二句话一般这么说：1、“这是我们的新款！”人对新的东西都喜欢看看，比如新媳妇！这是人的本性，只是这个新没有突出出来，那么我们用形象的方式把新款突出出来，因为现在说新款的专柜太多了！

怎么把新款突出出来呢，这个以后说到构图的时候再详细说！

第二种说法：“我们这里正在搞xx-x的活动！”用活动来吸引顾客，但千万别这么说：“我们这里正在搞活动！”因为现在每家都在搞活动，搞活动的太多了！顾客已经麻木了！这就需要我们把活动内容说出来：“我们正在搞买够三千去马尔代夫的活动！”这样顾客就感兴趣了！会注意的听你话的！

第三种说法：唯一性，第四种说法：制造热销气氛，第五种说法：时限性等！在此不一一的说了，朋友可以自己组织语言！

切记：把一种说法练习熟，脱口而出

其实顾客的心理经过我的分析也就那么七个阶段，只要我们把每个阶段给解决了，就没问题了，不管卖什么东西都一样，我想再说一下：卖电脑跟卖冰棍没什么区别！

第三句话怎么说？

很多导购，包括以前的我的也是这样说的：“你好，欢迎光临xx专柜！我们这里正在搞满三千去马尔代夫的活动。”马上第三句又变成了：“您愿意了解一下吗？”“我能帮您介绍一下吗？”这种错误的语言！

你这样问顾客，客户的回答又回到了原点，“我先看看吧！”“不愿意！不能！”统统被顾客拒绝掉！我通常把这种导购称为多余的礼貌！本来人家已经被吸引了，你有让顾客多新的选择！给了顾客拒绝的机会！

这个男的犯得错误就是多余的. 礼貌！

所以第三句话直接拉过来介绍商品！

这么说：“我来帮您介绍！”

直接拉过来，别问顾客愿意不愿意！

别问顾客能不能介绍！

他既然已经被你吸引过来了，就是想了解，你一问，他又清醒就麻烦了！

“顾客说太贵了！我们怎么回答化解！”

很多营业员会这么说：“这是老板定的价格，我也没办法！”顾客：“给你们老板申请一下！”出卖老板！你敢打吗？即使敢打，老板怎么看你！

“这是已经是我们打过折的价格了！”意思是打过折你还嫌贵啊！其实你这么说死定了，因为你打过折他还觉得贵！

“先生，我给您便宜点吧！”这种导购我也常见，便宜货谁都会卖，即使你打过折，顾客还会要求你再打折的！

因为顾客没说让你便宜，你自己就主动便宜了！

顾客说的是太贵了！没说你能便宜点吗？

所以你不能主动便宜！

所以当顾客说太贵了的时候，我们要做的就是告诉顾客为什么这么贵？

而不是给顾客便宜！

怎么告诉呢？那就是讲商品。

但是很多人不会讲商品，很多人会说：“我们物超所值！一分价钱一分货！”说的很笼统，要么就是讲质量如何如何！

其实讲商品要讲的全面，一个商品有很多东西构成：质量，价格，材料，服务，促销，功能，款式，导购，甚至还有店的位置（离得近有问题可以直接来店里解决），我们讲商品的时候，就从这几个方面进行讲解！不可单一讲商品质量！

传统的f什么a□也可以用，特性，特点，优势，利益等等，这个我不太懂，请大家见谅！

讲完以后，顾客马上会说一句话：“你能便宜点吗？”

“你能便宜点吗？”

《母婴店回访客户话术》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

客户回访汇报 年度客户回访总结报告篇四

****年二季度我在xxx支行行长和各条线同事的关心指导下，用较短的时间熟悉了新的工作环境。在工作中，我能够认真学习各项金融法律法规，用心参加行里组织的各种学习活动，不断提高自我的理论素质和业务技能。****年*月至*月，我参加了北京金融培训中心举办的afp(金融理财师)资格认证培训，取得参加afp认证考试资格，并于****年**月顺利透过了afp认证考试。透过这次全方位的培训和学习，使我深刻意识到自身岗位的重要性和业务发展的紧迫感。在工作中，我把所学到的理论知识和客户所遇到的实际问题相结合，勇于探索新理论、新问题，创造性的开展工作。

到了新的岗位，自我的工作经验、营销技能和其他的客户经理相比有必须的差距。且到了新的工作环境，对行内业务往来频繁的对私对公客户都比较陌生，加之支行的大部分存量客户已划分到其他客户经理名下。要开展工作，就务必先增加客户群体。到任新岗位后，我始终做到“勤动口、勤动手、勤动脑”以赢得客户对我行业务的支持，加大自身客户群体。在较短的时间内，我透过自身的优质服务和理财知识的专业性，成功营销了支行的优质客户，提高了客户对银行的贡献度和忠诚度。

担任客户经理以来，我深刻体会和感触到了该岗位的使命和职责。客户经理是我们xx银行对公众服务的一张名片，是客户和银行联系的枢纽，在与客户交往中表现出的交际风度及言谈举止，代表着我行的形象。我深知客户经理的一言一行都会在第一时间受到客户的关注，因此要求其综合素质务必相当的高。从我第一天到任新岗位，从开始时的不适应到此刻的能很好地融入到这个工作中，心态上也发生了很大的转变。刚开始时，我觉得客户经理工作很累、很烦琐，职责相比较较重大。但是，慢慢的，我变得成熟起来，我开始明白这就是工作。每一天对不一样的客户进行日常维护，热情、

耐心地为客户答疑解惑就是我的工作，为客户制订理财计划和让客户的资产得到增值就是我的工作范围，当我明确了目的，有了工作目标和重点以后，工作对于我来说，一切都变得清晰、明朗了起来。当客户坐在我的面前我不再心虚或紧张，我已经能够用十分简单的姿态和亲切的微笑来从容应对。如今客户提出的问题和疑惑我都能够快速、清晰的向客户传达他们所想了解的信息，都能与大部分客户进行良好的沟通并取得很好的效果，从而赢得了客户对我工作的普遍认同。同时，在和不一样客户的接触中，也使我自身的沟通潜力和营销技巧得到了很大的提高。

存在的主要问题：

个人职业发展的愿景：

由于银行业的特殊性和必须程度上的专业性，想成为银行业的优秀员工，务必经过系统的培训与丰富的实践。我期望在***年能争取到更多的培训机会，使自身的综合素质得到全面的提高。夯实自我的业务基础，朝着更高、更远的方向努力。

总结过去，是为了吸取经验、完善不足。展望来年，我将会更有信心、更加努力、用心进取、精益求精地完成好今后的工作，以争为我行来年个金条线的发展做出自我更大的贡献。

客户回访汇报 年度客户回访总结报告篇五

2. 您的爱车xx月xx日在本服务店进行维修/保养，我想将这次情况做个回访。

请问您现在方便接电话吗？

a. 方便——好的，耽搁您2分钟时间！

b. 不方便——好的，那请问什么时候最适合打给您呢？（记下时间）

不好意思打扰您，谢谢您，祝您用车愉快！再见！

3. 对接待人员__c.在车辆方面的知识 您的满意程度如何？

4. 经过您的描述后，接待人员对您需求的了解程度如何？

10. 谢谢您的回访！祝您用车愉快！

11. 再见！

回访标准用语2

2. 您的爱车xx月xx日在本服务店进行维修/保养，我想将这次情况做个回访。

请问您现在方便接电话吗？

a. 方便——好的，耽搁您2分钟时间！

b. 不方便——好的，那请问什么时候最适合打给您呢？（记下时间）

不好意思打扰您，谢谢您，祝您用车愉快！再见！

3. 您对这次维修\保养质量的满意度如何？

4. 请问您对车辆操控性能，您的满意度如何呢？

5. 请问对于车辆没有异响，您的满意度如何？

7. 谢谢您的回访！祝您用车愉快！

8. 再见!

回访标准用语3

1. 您好! 我是xxxx的客服话务员**号, 请问您是xx先生/小姐吗? 2. 您的爱车xx月xx日在本服务店进行维修/保养, 我想将这次情况做个回访。

请问您现在方便接电话吗?

a. 方便——好的, 耽搁您2分钟时间!

b. 不方便——好的, 那请问什么时候最适合打给您呢? (记下时间)

不好意思打扰您, 谢谢您, 祝您用车愉快! 再见!

3. 对接待人员微笑服务, 您的满意度如何?

5. 希望您给予我们最好的评价! 谢谢您的支持!

8. 再见!

回答不可以接电话时, 对不起, 您看我什么时候联系您方便点呢?

意? (客户不太明白意思时再解释一下比如说预约电话的接通情况/ 预约是否考虑到您的要求呢?/ (如果没有接着下面问)

4. 接待人员是否与您一起在车旁就所需要进行的工作进行了交谈呢?

6. 在维修/保养前 有没有预计维修保养的费用?

7. 应付金额与预先告知费用大致相符吗？

13. 交车时服务顾问有没有和您共同验车并查看维修/保养的项目（包括免费项目、洗车服务等）。

15. 您对我们服务站的服务工作有没有什么意见和要求呢？

16. （如果有）请您赐教，听完后，再问：还有其它方面的问题吗？

《注：每个问题后如果答案是否定或一般或不满意都要加很抱歉，稍后我会提醒我们的工作人员下次注意）

客户有意见时：

*请将您的问题跟我说好吗？我会详细记录，并及时反馈给有关人员。

反馈意见时：

非常感谢您的配合，日后您可能会接到一汽-大众委托的第三方调查，如果您觉得我们的服务还不错，那就请您一定要帮助我们跟他说“非常满意”这四个字，再次感谢您，有问题随时可以打我们的服务电话，再见！

注：询问问题应随服务站现实状况来决定，针对目前不足或是管理重点进行回访调查。询问客户的问题在5-8个之间较为合适，一般占用客户2-3分钟即可。

一、回访的目的：

利用此次回访的活动，重点向老客户介绍我公司新款车辆，拓展销售范围。

二、回访的具体内容：

- 1、详细了解客户使用我4s店车辆的情况，听取客户的意见和建议。
- 2、询问客户对车辆是否有新的需求，以及车辆使用的满意率
- 3、重点向客户讲解我公司新款车辆的相关内容。
- 4、对我公司销售员服务质量的满意率。

三、回访的流程：

详细情况：

- 1、整理公司销售单，汇总制作《客户资料库》，方便客户资料的查询与管理。
- 2、分析客户的基本情况，确定登门回访的客户的名单。
- 3、制作客户回访表单，包括客户回访的大概时间、回访内容、回访目的等。
- 4、先对客户进行电话回访，了解销售车辆的使用情况和意见。
- 5、整理和分析收集到的客户信息，制定出针对于每个新客户具体的方案。
- 6、及时将新的销售进展情况报告公司领导，制定出下一步的销售方案。

客户回访汇报 年度客户回访总结报告篇六

一、市场环境分析

(一)、总体竞争环境

目前，化妆品市场已经日趋饱和，欧美大牌如碧欧泉，倩碧，兰蔻，蓝黛，美宝莲，玉兰油等纷纷进入中国市场；后来居上的dhc、资生堂、兰芝、tfs、vov等等，占领了很大一部分市场份额；再加上国内原有的佰草集、大宝、美加净、昭贵等品牌；真可谓眼花缭乱，竞争激烈。各大实力商家为了吸引消费者，也在宣传上下足了功夫，处于白热化阶段。

(二)、消费者分析

1、消费者市场分析

目前，化妆品市场主要消费群体以年轻女性为主，年龄层在20-35岁之间，对肌肤尤其是面部美白和补水的要求越来越多，职业从学生到白领参差不齐，但购买欲望强。

2、消费者购买行为分析

a.悬念阶段：在这一阶段，消费者对某种护肤产品产生了需求，但他这时还未采取行动到店铺去寻找这种商品。消费者这时处在一种悬念状态中，其情绪特点是不安，不安的是这种护肤品质量如何，效果如何，价格是否合理。

b.定向阶段：在这一阶段，消费者已面向他所需求的那种护肤品。此前一阶段，其对此护肤品的观察还是初步的、笼统的。在这时，情绪获得定向，也就是趋向喜欢或不喜欢，满意或不满意，若其对某种护肤品持有肯定态度，那么在相当一段时间内会继续使用并营造良好口碑。

c.强化阶段：如果在定向阶段，消费者的情绪趋向喜欢和满意，那么这种情绪就会明显强化，强烈的购买护肤品的欲望迅速形成。在这一阶段，有的消费者在强烈购买欲望的推动下，立即就完成购买行动，而有些消费者则比较冷静，他们

还会根据手头的经济情况再推敲一下，然后再做出决定。

d.冲突阶段：在这一阶段，消费者将对各种护肤品进行较为全面的评价，在价格、效果、气味、品牌、好评度等方面综合考虑。其可能会对某种护肤品产生一些方面感觉极为喜欢或满意，而对另一些方面则不是那么满意，这就形成了他情绪上的冲突状态。消费者在体验了不同情绪之间的矛盾和冲突之后，就会做出购买或抵制的决策。

3、消费者购买过程中心理特征分析

习惯型：习惯了某种品牌或信任某一品牌，将会有持续购买的欲望。

冲动型：看见广告上某著名明星代言的新出现的护肤产品，跃跃欲试。

理智型：不相信广告效果或迫于经济原因，对美白产品望而却步。

疑虑型：对某一护肤产品的宣传将信将疑，暂不决定是否购买。

经济型：只能买些适合经济能力的护肤品，或是看见有促销打折的才下的了手。

模仿型：看见别人用某一产品有效果，自己也想尝试。

情感型：只相信某一种用过的产品，并能推荐亲朋好友使用。

(三)□swot分析

1、内部环境

优势：相宜本草是本草系列的护肤品，对皮肤的护理更胜过那些含化学物质的护肤品，它讲究的是天然健康。与医学院合作拥有强大的后援力量，产品的技术都得到了保证。相宜本草是国内品牌并且走的是评价路线，在激烈的化妆品行业竞争中占有很大的价格优势，更加贴近消费者，让所有的不管是没钱还是有钱的女士都能够护肤并且保养。

劣势：产品相对单一，由于相宜本草成立不到10年时间，这中间从研发到成品都需要花费大量的时间，所以产品相对于市场来说还有待于扩展。竞争比较激烈，市面上的以本草为主打的化妆品公司已有很多，所以竞争相对激烈。

2、外部环境：

威胁：竞争压力大，化妆品行业已逐渐趋于饱和。“商标忠实性”是消费者行为的重要特性之一，而产品的差别是这种商标忠实性的基础。行业内的企业经多年经营，已经形成了相对固定的顾客群体，这些消费者可能喜欢他们产品的功能和质量，或者欣赏他们产品的外观设计、售后服务等等。当消费者习惯于使用某种商品的产品，要消除这种忠实性就必须耗费大量财力物力。产品差别是化妆品的主要进入壁垒之一。

机会：金融危机让消费者在购物的同时更加考虑产品的价格，从而不会在去高消费的去购买奢华级的化妆品，消费者会更加考虑产品的性价比。那么对与相宜本草来说就是一个极大的竞争优势。而且相宜本草在短短不到十年的时间的发展从上海到全国都有了它的零售商，如今相宜本草还打算将产品推广乃至全世界，信誉度是值得相信的。如今相宜本草也受到了极大多数年轻女孩的`追捧。

二、营销目标

树立推广相宜本草品牌。相宜本草在取名“相宜”时，“相

宜”来源于苏东坡的诗句“欲把西湖比西子，浓妆淡抹总相宜”的“相宜”。因而“相宜”一词显得非常仁和，更能切中中国消费者以和为贵的社交心里，同时又兼具“时新”特色，因而能够获得绝大多数消费者的好感。

本草，给消费者的第一品牌联想就是李时珍的《本草纲目》，因而本草体现的是中国传统 的中医药文化意义，而传统中医药在很大程度上讲究以预防为主。以“本草”为名很容易做到和消费者亲近，几千年博大精深的传统中医文化因为历史厚重感更能博得消费者的信任。

三、营销方法

客户回访汇报 年度客户回访总结报告篇七

1. 今天付出，明天收获，全力以赴，事业辉煌!
2. 目标明确，坚定不移，天道酬勤，永续经营!
3. 经营客户，加大回访，用心专业，客户至上!
4. 赚钱靠大家，幸福你我他。
5. 每天多卖一百块!
6. 不吃饭不睡觉，打起精神赚钞票!
7. 多见一个客户就多一个机会!
8. 每天进步一点点。
9. 失败铺垫出来成功之路!
10. 团结一心，其利断金!

11. 团结一致，再创佳绩!
12. 忠诚合作积极乐观努力开拓勇往直前。
13. 大家好,才是真的好。
14. 众志成城飞越颠峰。
15. 付出一定会有回报。
16. 失败与挫折只是暂时的，成功已不会太遥远!
17. 道路是曲折的，“钱”途无限光明!
18. 市场竞争不同情弱者,不创新突破只有出局
19. 争取一个客户不容易,失去一个客户很简单
20. 提高售后服务质量,提升客户满意程度
21. 抱怨事件速处理,客户满意又欢喜
22. 制造须靠低成本,竞争依赖高品质
23. 客户想到的我们要做到,客户没有想到的我们也要做到
24. 重视合同,确保质量:准时交付,严守承诺
25. 产品的品牌就是品质的象征.
26. 真诚服务，师生至上
27. 努力用心，为您服务
28. 优质服务，以质为根。

29. 您的需要就是我们的任务
30. 您使用放心，我们努力用心
31. 强化服务意识，倡导奉献精神。
32. 你的始终满意是我的执着追求。
33. 愿我的服务质量和你随时相伴。
34. 为了你更好的使用我们在不懈努力
35. 你只管用剩下的我们来解决
36. 微笑挂在脸上，服务记在心里
37. 您的信任-是我们殷切的期盼！
38. 师生的需求就是我们工作的目标
39. 你使用放心我们努力用心
40. 追求客户满意是我们的责任