

最新下半年销售计划总结与反思(实用10篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

客服人员的工作计划 售后客服中心个人工作计划篇一

1、作为和客户后续沟通的主要渠道,客服部扮演着重要的角色,包括客户数据收集,服务产品监查,客户关系的维系都是客户服务的工作。以“客户为中心”为宗旨,以“客户满意度”为目标,努力做好客户服务的工作;树立精品服务形象,提高售后服务管理水平,建立专业化队伍,将售后服务提高到一个新的高度和水平。

2、围绕公司201x年产销15万台目标需要很好的服务支持,需要打造一支吃得苦充满活力的年轻化、知识化、专业化团队,需要一套管理这个团队的行之有效的管理制度和考核制度,要充分发挥服务人员身处市场第一线的优势,收集行业内先进的技术信息和潜在的客户需求信息,要及时反馈外部质量信息和多提合理化建议,要塑造良好的“窗口”形象,要牢固树立“服务营销”的理念。

二、部门总体工作思路

按照工作目标的要求及化、可量化、可考核的原则:

1、延伸服务功能,做到售前、售中、售后、信息反馈的全方位服务。

2、缩短服务流程，避免多头服务，实现“来电一拨就通，一通就服务到底”的一站式服务。

4、根据产品销量及分布区域，逐步增加巡回服务人员数量，缩短服务到场时间。

5、加强客户档案管理和利用，提高回访频率，坚定用户再次购买信心。

在服务体系运作过程中发现的矛盾以公司目标为准。

7、服务体系素质建设，坚决推行服务有关管理制度，为内外部服务人员的工作建立细化的指标，除现有考核内容外，增补月度工作总结、服务过程记录等，实施内部培训。

三、工作目标

1、保修期内客户回访率为100%。

2、服务满意率98%以上。

3、配件出货正确率为98%以上。

四、人员要求

1、人员编制的完善；随着客服工作的开展，部门人员配备需要完善。

2、完善客服内部流程，管理培训，及相关管理制度；包括客服部主要内容的描述；客服中心员工守则；客服岗位职责；回访制度；客户抱怨/投诉制度的制定与实施。

五、客户信息管理

1、客户资料的管理：客户资料要求按地区详细登记每个客户

的完整资料，并做好日常维护工作，与销售部保持良好沟通，对客户地址、电话、负责人等有变更的要及时更改；配件供应厂商的信息要保证准确，以方便公司及客户处售后工作的处理。

2、用户信息管理：客户反回的售后回执单，全部录入系统，方便查找和统计、分析等。

3、产品质量信息管理：收集客户反馈回的各种产品方面的投诉，做好分类、整理、分析工作，及时的交公司相关部门处理。

4、配件质量信息管理：售后仓库要做好配件质量信息的反馈工作，针对重要零件如：电机、控制器、后桥、差速器、车架、前减震、轮辋焊合等做好数据监控，及时将异常信息分类、整理、分析，并报品质检验部以防批量事故的发生。

1、由巡回服务人员对其负责区域内维修技能不高或新开发经销商的售后能力进行评估，现场进行技术指导或定期组织到公司进行培训，提高维修技能，增强产品专业知识；对公司新产品、新技术要与客户及时进行沟通并详细讲解。

2、针对售后服务做的好的客户；引导并帮助客户建立独立的售后服务店，独立解决区域内所售车辆的维修，配件更换等售后问题。

3、加强对客户售后服务工作的监督检查，不符合公司规定的要进行纠正指导，发现严重违规行为的要及时反映到客服部，根据《经销商合同书》相关规定进行相应处分。

七、投诉管理

在服务过程中出现的客户投诉，应及时向上级领导反映，并详细记录实际情况。并整理及时交于上级领导等待处理；并严

格按照客户投诉处理流程操作。应并协助各部门做好投诉处理，待事件处理完毕时，整理投诉单和各项处理文件归档备案。

八、客服人员培训

2、注重理论与实际工作相结合的培训，对接待客户要注重产品基本知识和实践操作相结合，特别是实际接待能力的考核。巡回服务人员注重操作技能、常规故障排除能力和沟通技巧方面的培训，提高员工的整体战斗力。

九、团队建设

十、弱项完善

1. 日结周报，信息共享

每周将回访结果、客户反映情况以书面形式发馈给相关部门，便于及时掌握客户动态。利用质量周会时间，全面总结客户意见及反馈，总结当周服务质量，并分门别类制定相关的整改措施，并重点检查整改措施的执行情况。

2、各部门多方位合作，降低客户投诉

在接到客户投诉，或者在公司内部回访过程中发现的客户不满意时，客服部以书面形式通知相关部门和人员。并且由客服部专人根据部门解决情况再次与客户联系，确认客户满意程度。

客服人员的工作计划 售后客服中心个人工作计划篇二

1、重点加强对新入院护士、聘用护士、低年资护士的考核，强化她们的学习意识，护理部计划上半年以强化基础护理知

识为主，增加考核次数，直至达标。

2、加强专科技能的培训：各科制定出周期内专科理论与技能的培训与考核计划，每年组织考试、考核2—3次，理论考试要有试卷并由护士长组织进行闭卷考试，要求讲究实效，不流于形式，为培养专科护士打下扎实的基础。

3、基本技能考核：属于规范化培训对象的护士，在年内16项基本技能必须全部达标，考核要求在实际工作中抽考。其他层次的护士计划安排操作考试一次，理论考试二次。

4、强化相关知识的学习掌握，组织进行一次规章制度的实际考核，理论考试与临床应用相结合，检查遵章守规的执行情况。

（二）加强人文知识的学习，提高护士的整体素养

1、组织学习医院服务礼仪文化，强化护士的现代护理文化意识，先在护士长层次内进行讨论，达成共识后在全院范围内开展提升素养活动，制定训练方案及具体的实施计划。

安排全院性的讲座和争取派出去、请进来的方式学习护士社交礼仪及职业服务礼仪。开展护士礼仪竞赛活动，利用“5.12”护士节期间掀起学礼仪、讲素养的活动月，组织寓教于乐的节日晚会。

（三）更新专业理论知识，提高专科护理技术水平。随着护理水平与医疗技术发展不平衡的现状，各科室护士长组织学习专科知识，如遇开展新技术项目及特殊疑难病种，可通过请医生授课、检索文献资料、护理部组织护理查房及护理会诊讨论等形式更新知识和技能。同时，有计划的选送部分护士外出进修、学习，提高学术水平。

（一）继续实行护理质量二级管理体系，尤其是需开发提高

护士长发现问题，解决问题的能力，同时又要发挥科室质控小组的质管作用，明确各自的质控点，增强全员参与质量管理的意识，提高护理质量。

（二）建立检查、考评、反馈制度，设立可追溯机制，护理部人员经常深入各科室检查、督促、考评。考评方式以现场考评护士及查看病人、查看记录、听取医生意见，发现护理工作的问题，提出整改措施。

（三）进一步规范护理文书书写，从细节上抓起，加强对每份护理文书采取质控员—护士长—护理部的三级考评制度，定期进行护理记录缺陷分析与改进，增加出院病历的缺陷扣分权重，强调不合格的护理文书不归档。年终护理文书评比评出集体第一、二、三名。

客服人员的工作计划 售后客服中心个人工作计划篇三

1、重点加强对新入院护士、聘用护士、低年资护士的考核，强化她们的学习意识，护理部计划上半年以强化基础护理知识为主，增加考核次数，直至达标。

2、加强专科技能的培训：各科制定出周期内专科理论与技能的培训与考核计划，每年组织考试、考核2—3次，理论考试要有试卷并由护士长组织进行闭卷考试，要求讲究实效，不流于形式，为培养专科护士打下扎实的基础。

3、基本技能考核：属于规范化培训对象的护士，在年内16项基本技能必须全部达标，考核要求在实际工作中抽考。其他层次的护士计划安排操作考试一次，理论考试二次。

4、强化相关知识的学习掌握，组织进行一次规章制度的实际考核，理论考试与临床应用相结合，检查遵章守规的执行情况。

1、组织学习医院服务礼仪文化，强化护士的现代护理文化意识，先在护士长层次内进行讨论，达成共识后在全院范围内开展提升素养活动，制定训练方案及具体的实施计划。

2、安排全院性的讲座和争取派出去、请进来的方式学习护士社交礼仪及职业服务礼仪。开展护士礼仪竞赛活动，利用“5.12”护士节期间掀起学礼仪、讲素养的活动月，组织寓教于乐的节日晚会。

随着护理水平与医疗技术发展不平衡的现状，各科室护士长组织学习专科知识，如遇开展新技术项目及特殊疑难病种，可通过请医生授课、检索文献资料、护理部组织护理查房及护理会诊讨论等形式更新知识和技能。同时，有计划的选送部分护士外出进修、学习，提高学术水平。

客服人员的工作计划 售后客服中心个人工作计划篇四

一、背景：

(一)、新版《医疗广告法》颁布后，医疗广告管制受限日趋严格已成定势。

(二)、深圳医疗市场竞争日趋激烈，特别是民营医疗机构竞争更面临新的挑战。

(三)、深圳市医保推出十大举措，进一步扩大医保范围。

二、目的：

(一)、客户服务中心是一个专门的医院内部机构，为就医顾客提供诊前、诊中、诊后等完善、全面、高品质的一体化服务。

(二)、医疗市场竞争的日趋激烈，使医院必须向就医顾客提供更好的优质服务和人文关怀，全面贯彻和体现“以顾客为中心”的服务理念，为就医顾客提供诊前、诊中、诊后等完善、全面、高品质的一体化服务，这样才能保证医院的生存与发展。因此，成立专门的机构医院客户服务中心，来负责向客户提供一体化的服务。通过医院客户服务中心，医院就可以有的放矢地为就医顾客提供完善的服务。

三、指导思想：

(一)、整合医院资源，利用品牌优势，做好地面营销拓展，加强品牌宣传和建设。

(二)、进一步明确客服部职能，加强客服部组织建设，打造一支精悍有力、行动迅速、务实求进的营销队伍。

(三)、通过广泛与市、区、街道、居委等各级政府职能部门(卫生局、健教所、计生委、妇联、共青团委)、民政部门(残联、慈善会)、红十字会、社区、工厂、公司、非竞争性行业等的合作，灵活多变宣传医院各医疗机构，并进行项目营销。

(四)、响应政府“天堂”、“和谐”、“健康”等号召，加强构建政企合作、健康合作。

，配合医院不断提升客服内涵，提高来院客户满意度。

四、部门建设：

(一)、部门职能

1、部门职能定位

1)、市场调研；

- 2)、市场战略规划及市场策略制订;
- 3)、活动及事件营销策划;
- 4)、在医院配合下开展社区
- 5)、参与医院经营、广告会议;

(二)、部门组织建设: 客服部组织架构, 人员充实到位。

1、组架构图

2、职责分配:

医院客服部职责:

- 2)、负责指导医院客服工作开展;
- 3)、负责客服中心外勤营销人员培训;
- 4)、负责参与由医院主导的事件营销策划;
- 5)、负责建立医院客服中心的考核标准;
- 6)、负责组织人员完成医院客户满意度调查;

医院客服中心

1)、体检及营销组: 负责市场调研、事件营销、地面营销、社区营销;

1、编制及主要职责: 见下表

岗位

人数

所属部门

主要职责

备注

部门经理

1

客服中心

- 1)、负责统筹客服部工作，指导各中心开展工作；
- 2)、负责建立健全客服部规章制度；
- 3)、参与医院经营、广告会议；
- 4)、主导事件及活动策划；
- 5)、负责统筹客服部人员培训；

导医

12

导医组

- 1)、对于来院客户在接受服务过程中，有需要帮助的，及时提供帮助，特殊客户需陪同检查治疗的要予以陪同(包括代客人计价、交费、取药，护送各类检查、治疗等工作)。
- 2)、导医组协助客户分发各种检查、检查单，协助办理各种

诊断证明书。

客服专员

2

客服组

2)、建立医院客户关系管理系统，主要分为住院客户系统、健康体检客户系统、团体单位客户系统，开展对客户来源的分析，对客户意见进行研究，对团体单位客户建立定期访问制度。

3)、组织全员电话回访、定期访问。

客服专员

5

咨询组

1)、咨询员形象是医院的代表，咨询科接听的每一个电话，都是医院投入广告资金带来的意向顾客，以良好的服务态度认真接听并解说好每一个咨询电话，正确引导意向顾客来院就诊，是咨询科每一个工作者的首要职责。

2)、熟悉各科室的功能和所开展的医疗技术项目；熟悉各科专家的专长、出诊时间及专科出诊时间；掌握各科常见病的分诊和防治知识；了解常做的检验报告的数值和临床意义；与各科室做好沟通，密切配合。

3)、深入各个临床和医技科室以及其他相关部门；收集各种医疗技术与服务信息，为客户提供更优质的咨询和导医服务。

4)、负责医院广告统计。

健康顾问

12

体检及

营销组

- 1)、负责社区营销开发;
- 2)、负责小型健康咨询、义诊、健教的实验;
- 3)、负责实施市场调研、满意度调查;
- 4)、负责项目合作开发;
- 5)、负责体检工作开展;
- 6)、负责医疗机构业务合作开发;

服务规范

- 1)、树立“以客户为中心”的服务理念，积极、主动、热情地为顾客提供人性化、个性化、优质化的'商品质服务。
- 2)、中心所有客户服务人员都要统一着职业装、佩带胸卡和淡妆上岗，做到仪表端庄，整洁大方，以饱满的精神接待每一位就医顾客及其家属。
- 3)、使用文明礼貌用语，做到就医顾客来有迎声、问有答声、走有送声。执行首问负责制，耐心解答、主动关心顾客需要，为顾客排忧解难。

- 4)、认真接听各种来电，以抖擞的精神应对各种来电。
- 5)、自觉遵守医德规范，劳动纪律，医院各项规章制度。

(三) 制度建设：

- 1、明确进一步理顺顾客服务部与医院的工作流程，取得医院全力配合；
- 2、制订客服部工作流程、规章制度、团队文化；
- 3、建立健全激励机制，实行区域管理、专人专职。实行问责制，目标到人，责任到人。

五、工作计划草案：

(一)、定期、规范开展市场调研：

1、调研内容：

- 1)、竞争医院主要的营销策略调研并提交调研报告，每季度1次；
- 2)、医院主要竞争对于部分医疗价格调研，并提交调研报告每季度1次；
- 3)、根据医院需求进行的专项调查，并提交调研报告；

(二)、拓宽营销渠道之一，主面铺开社区营销网络

1、合作对象：

- 1)、区政府、街道办、居委会、物业管理公司；
- 2)、健教所、关爱办、文化局、民政局等其它单位；

2、开发方式及途径：

3)、义诊+文艺表演：此做法易短时间聚集人气，比较受社区欢迎；

4)、义诊+放电影：比较适合中、低档次社区，特别是关外市场和工厂；

5)、健康讲座：根据社区需求组织专家开展健康讲座；

3、所需医院支持：

1)、需一支高素质，精干的营销队伍。

2)尽快与能达成共识的物业管理公司签订协议，尽量减少资源开发后的流失。

3)与物业管理公司合作，需各医院提供资源支持；如免费为物业管理公司员工提供健康体检、部分需付费支持(如是付费形式，则以广告公司名义介入)。

4)成立“医院文艺俱乐部”参与社会演出。

5)放电影，须购置较大型的投影设备，将现有的音响转给客服部管理。

6)配置一台可装音响和椅子的人货车，便于外出。如根据本计划要求，客服部至少须配两台车。

7)须建立激励政策，不仅是个人，更需要考虑到团队激励，建议参照直销的奖金提成方式制定，提高团队运作能力。

(二)、拓宽营销渠道之二、深入工厂、公司开展医疗基础；

1、合作对象

客服人员的工作计划 售后客服中心个人工作计划篇五

一、加强职业道德建设以及医疗法律法规的学习。

加强科室的团结，增强科室的凝聚力，向心力，使本科室的工作取得更好的成绩。认真组织科室人员学习《中华人民共和国医务人员医德规范》、《执业医师法》、《传染病防治法》、《医疗事故处理条例》、《护士管理条例》等相关的医疗法律法规，使全科医务人员做到依法执业，有效遏制医疗隐患。认真贯彻执行我院的医疗核心制度，定期或不定期进行自查督导，制定严格有效的考核标准和奖罚措施，科室医德医风小组对全科室住院病人进行每周一次的满意度调查，对满意度低于90%和患者对主管医师的姓名不清楚的医护人员将与其绩效工资挂钩，做到惩前毖后。在科室开展诚信服务，坚持以构建和谐医患关系为原则，争创平安、文明科室，认真执行国家相关部门制定的收费标准，不多收费，少收费，坚持执行一日清单制。今年将实行本科室各项治疗项目予以公示，让病人花明白钱，看明白病。加强整顿行风建设，开展优质服务，进一步牢固树立为病人服务的理念，杜绝行业的不正之风，认真组织全科室人员学习卫生部的“八项行业纪律”和“医务人员道德规范”，健全群众举报和监督机制，使医务人员牢固树立法制观念，清醒的认识到收受医药贿赂是违法行为。以《医院管理评审指标体系》制定详尽的科室综合考评计划和办法，为年底评选先进工作者提供依据。

二、加强科室学科建设和专业技术创新。

三、业务学习考核方面。

进一步完善业务学习制度，每月进行2次业务学习，让进修归来的科室人员讲解进修期间学习到的新知识，新理念、新内容，对讲解内容要求做到每人都有记录。认真组织医护人员掌握“三基”的基本内容，并进行业务学习的考核。力求每

周每人记忆一首方剂和三个穴位。加强对科室无证医师的管理，力求使我科有资格参加医师考试的人员能全部取得资格证书。加强医护人员的双语学习，增强与患者的沟通能力，减少医患矛盾的发生。

四、科室管理以及质量目标和措施。

专门制定了科室的质量管理小组，加强科室质控小组的职责，分工明确进行医疗和护理的质控，主要针对每周进行一次科室运行病历的检查，发现问题及时提出整改意见，并督促及时修改。对出院病历每一份都要进行一级质控，对存在问题的病历及时提出修改意见并限时修改，拒不执行的罚款50元。使我科室的病案甲级率力求达到95%，消灭不合格病历。进一步建设和完善科室的质量管理体系，认真执行三级医师查房制度和质量检查工作，认真执行抗菌药物的临床合理应用和药物的分级使用。定期对科室的医疗护理等工作进行环节质控和终末质控，认真落实核心制度，完成各项护理工作，认真开展系统化的整体护理和优质护理服务，提高科室护理质量和规范护士的工作流程，在20xx年底，在护理人员配置充足的条件下，完成护士的分层级管理工作，树立护理人员的服务意识和品牌意识，使我科护理质量上一个更高的水平。在科室宣传和落实医疗保险和新型农村合作医疗的工作，严格按照医院规定的新农合费用限额执行医疗诊治。加强医护人员的安全生产意识，包括医疗安全，对病人实行告知义务，认真开展谈话记录，三查八对等，加强医疗方面的法制观念学习，做到知法守法，依法行医。加强我科室的宣传力度，提高社会对我科医护人员和医疗技术水平的认知度。

五、力求在20xx年收治病人争取达到1500人次，业务收入达到400万，药品收入控制在35%以下，力求在社会效益和经济效益方面实现双赢。