

# 2023年售后返修流程 售后前台工作总结(模板7篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 售后返修流程 售后前台工作总结篇一

每日填写《客户服务部值班接待纪录》，记录业主来电来访投诉及服务事项，并协调处理结果，及时反馈、电话回访业主。累计已达上千项。

20xx年x月x日之前共发出86份遗漏工程维修工作联系单，开发公司工程部维修完成回单28份，完成率32%。8月18日以后共递交客户投诉信息日报表40份，投诉处理单204份。开发公司工程部维修完成回单88份，业主投诉报修维修率43%。我部门回访78份，回访率89%，工程维修满意率70%。

三

20xx年x月x日地下室透水事故共造成43户业主财产损失。在公司领导的指挥下，我客服部第一时间联系业主并为业主盘点受损物品，事后又积极参与配合与业主谈判，并发放置换物品及折抵补偿金。

我部门工作人员在完成日常工作的同时，积极走进小区业主家中，搜集各类客户对物业管理过程中的意见及建议，不断提高世纪新筑小区物业管理的服务质量及服务水平。

截止到20xx年x月x日我部门对小区入住业主进行的入户调查

走访38户，并发放物业服务意见表38份。调查得出小区业主对我部门的接待工作的满意率达90%，接待电话报修的满意率达75%，回访工作的满意率达80%。

已完善及更新业主档案312份，并持续补充整理业主电子档案。

协助三合街派出所对入住园区的业主进行人口普查工作。为10户业主办了户口迁入手续用的社内户口变更证明。

在物业公司x经理的多次亲自现场指导下，我部门从客服人员最基本的形象建立，从物业管理最基本的概念，到物业人员的沟通技巧，到物业管理的各个环节工作，再结合相关的法律法规综合知识，进行了较为系统的培训学习。

部门员工由一个思想认识不足、对工作没有激情的队伍引导成一个对公司充满憧憬，对行业发展和自身成长充满希望的团队；把部门员工由一个对物业管理知识掌握空白培训成一个具有一定物业管理常识的团队。

## 售后返修流程 售后前台工作总结篇二

一、20xx年度售后服务部的运营状况20xx年售后部营业额：万余元。毛利：万余元平均单车营业额□xx元。20xx年共进厂辆其中润保辆。（具体数据，可根据部门实际情况。）

### 二、不足之处

#### 汽车售后

售后服务部成立时司较短，新成员较多制度不够完善，现场实践经验较为欠缺我们必须坚持加强现场实践的力度在实践中培养增强各种业务水平，同时要争取工作的主动性提高责任心、专业心，加强工作效率、提高工作质量。

要树立真正的主人翁思想心往处想劲往处使积极主动共同服务于公司的各项工作中。为公司更好的发展为更好地服务服务汽车贡献自己的微薄之力。

### 三、20xx年售后服务部的工作计划

#### 一、客户管理细化

1、根据客户回厂次数、客户的品质作为客户的忠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、通过对流失客户回访及分析找出客户流失的内在原因及改进措

3、对于我们的忠诚客户在公司举办的各种活动时优先通知让客户受到特殊待遇增加客户对专营店的依藏感和归属感。

#### 二、预约率

人厂台次的增加导致维修高峰期时客户等待时间长和车间超负荷工作需通过预约工作合理调配，减少客户等待时间。

#### 三、资源共享、良性竞争

在客户、索赔、备件方面同其他店进行资源共享促进良性竞争.减少客户的流失及资源浪费，形成备件、技术互动的信息平台提高整体的战斗力。

#### 四、人员培训

1、加大培训工作的频次分为定期和不定期的培训考核。

2、注重理论与实际工作相结合的培训对接待注重产品基本知识和实实践操作相结合特别是实际接待能力的考核。维修技

师注重操作技能和常规故障排除能力的培训提高员工的整体战斗力。

五、增加维修人员。

随着保有量增加和回厂频次的增加在加强管理提高工作效率考核人均产值的同时置当增加维修人员数量。

六、团队建设

1、目标和表现形式以公平、公正、公开为原则坚持只有团队利益最大化才能确保个人利益最大化本售后维修组织培训及考核营造学习氛围提升员工服务理念及个人技能进行职业道德、服务理念、主人翁意识培训塑造员工服务的工作态度注重细节问题的发掘促使员工主动提高自身素质。

2、实施手段及措施采用将所有培训及考核资料纳入员工个人档案团队意识直接与员工个人收入挂钩、团队意识强者优先考虑外出培训、职称晋升、福利等优惠。

## **售后返修流程 售后前台工作总结篇三**

1、在售后服务部及各分公司领导及同事的配合下，建立、健全了售后网络体系，及时全面地掌握客户信息，实现了服务联系和协调的及时性。

2、在售后服务部及各分公司领导及同事的积极配合下，完成了售后工程的程序备份工作，健全完善了售后服务档案。

3、在售后服务部领导的指导以及各部门同事的积极配合下，起草了售后服务工作月报，建立了通畅的信息平台。

4、对售后产品质量月报分析归纳处理，报部门领导及质管部，及时处理客户问题，改进产品性能，提高产品质量。

5、给各分公司售后人员提供技术支持，解决客户难题。

6、认真完成领导安排其他任务。

我公司开发的产品具有世界一流水平的新技术，涉及多个专业，对售后服务人员专业技能要求很高。售后人员不但能解决单独的设备故障，还要求能从系统整体考虑问题，提出完善的解决方案。作为一个服务人员，要在现场勤于观察、独立思考、多与客户交流，对于解决问题和提高自己的专业技能至关重要。我积极学习并参与新产品的调试，提高自己专业技能。在公司三次客户培训过程中，与客户及各分公司售后服务人员共同学习。在售后回访时，不但提高了专业水平，而且还从各位同事身上学到了做人做事的道理。

售后服务人员不仅要有较强的专业技术知识，还应该具备良好的沟通交流能力。对于新技术，客户往往有操作不当的情况，并不都如客户反映的质量不行，所以这个时候就需要我们找出症结所在，和客户进行交流，提高客户维护应用产品的水平，从而避免对产品的不信任乃至对企业形象的损害。

在今年的售后回访的过程中，我深深地体会到：客户看中的不仅仅是产品质量，更看重的是售后服务。真正的销售始于售后，我们有因售后不好丢失市场的案例，也有因售后很好加签合同的情况。售后服务过程中，处理情感与处理事件同样重要，我们要用超值的服务态度、超值的服务质量来感动客户，站在“客户利益”角度上，向客户介绍推广新技术、新产品，提高客户对我公司产品的忠诚度。

1、新技术、新产品掌握的不够，还要加强理论与实践学习，要参与到工程现场去。

2、要到售后服务现场去，了解客户需求，从根本上解决客户的问题，同时进一步完善售后服务档案。

3、配合售后服务部领导加强各分公司售后服务人员的专业技能培训。

4、工作创新意识不强，还需要多加学习，多去售后服务现场，提高自己的工作能力。

在今后的工作中，我将发扬优点，克服不足，以对工作高度负责的精神，脚踏实地，尽职尽责地做好各项工作。

## 售后返修流程 售后前台工作总结篇四

我们在顾客面前展示一套产品的时候，自己要有一个步骤——先讲什么，再讲什么，再讲什么。自己要有一个程序。就像我讲课，先讲什么，再讲什么，再讲什么，心里有个底。顾客在听我讲课的时候，会知道我在引导他。没有销售经验的销售人员，是顾客问到哪里就说到哪里，想到哪里说到哪里，顾客听进去乱糟糟。

我们要主动地引导顾客，让他认识到我们有哪些优势、我们的特点，有哪些想法、有哪些需求这是顾客问的。

有一些状态很好的销售人员因为他状态太好了，控制不住自己，铺天盖地、腾云驾雾、口若悬河，顾客听得头都大了，产品卖不出去。

没有建立信任感的工作，一开始就进入到意识。在介绍产品之前我们要拉近什么？顾客的信任。

感染力就是状态，状态好的人感染力很强。哪怕顾客前天晚上在家里和老婆吵架，顾客来到你专卖店你也是阳光满面，他会感觉到你的感染力，把自己的情绪感染到他身上，他兴奋了，就很容易作出决定。

7、只是在推销，而不是双向沟通。双向沟通就是和顾客聊天

一样，有问有答，有聊木门，有聊小孩，有聊工作，有聊生活，跟朋友交流的方式用在工作中就好了。

木皮好不好？”他说：“这不是木皮的，而是科技皮。”我说“这个木皮怎么样？”他说“我们是导购员，怎么会知道这个。”价格这个东西很重要，我们过会儿再谈，先看看这个东西适合不适合你很多人问你这个产品打不打折？打8.8折。我要是开店，不写价格标签，顾客一开始看到价格就走了。顾客不是认为价格贵，而是觉得值不值。在顾客没有认识到你产品的价值之前不要把价格告诉他。换言之，首先把顾客的心理预期提高，让他以为这个产品好值钱、好值钱，结果报出价格的时候很便宜。比如他认为这个价格5000块，最后他认为3500块就可以买走，他就认为这个产品非常好。

你有300平方米的专卖店，摆了几十个产品，顾客从门口进来就看呀、摸呀，销售人员走过去跟他说这个产品怎么怎么样，把产品的组合、价格说完，3分钟过去了。又走到隔壁，销售人员又开始讲材料、价格、组合、环保，又是3分钟过去了，顾客点点头又去到另一个地方，书房介绍完3分钟，卧室介绍完3分钟，再去另外一个卧室3分钟，再去客厅3分钟。这个顾客很耐心，他很想听你说，一个小时过后这位顾客说：“我想买一个低柜”。这样多浪费时间，有没有问他想买什么，根据他的需求来介绍就好了。

有一些顾客他其实是到你的店里闲逛，他根本没有想要买产品。100个顾客里有40个左右是根本没有买的意图。

我这里说的对同类产品了解不够，不是了解产品有什么功能、什么款式，也不是了解是卖什么产品、打几折，而是了解他们在介绍产品的时候用到哪些方法，他们在重点强调一些什么东西。这个才是我们需要去了解的。

顾客迟迟不下决定是可能是不放心你的产品，可能担心你的环保比较贵，可能觉得你的产品不环保。首先看顾客在怀疑

什么，然后把他的顾虑打消掉。

如果有的顾客担心你的产品不环保，会销售的人会说：“先生，我了解你的想法，也有很多顾客跟你有一样的想法，他们一开始也担心环保的问题，但是用过以后很放心。你说的有味，有味的产品并不代表不环保，比如一根筷子上刷上漆以后还有味道，这不代表它不环保，何况是木门。如果味道比较刺鼻的话，他肯定不环保。”然后继续告诉他，“先生，我们的产品在本地区已经卖了八年，这里有千千万万的人在使用我们的产品，从来没有人因为环保的问题而投诉我们。”听到这里，顾客会打消疑虑。你说“我们的产品很环保，我们的环保一定没有问题的。”这肯定不行。

顾客给你交流的过程中，有好多的时候，顾客已经表露出他要买什么东西，加上不知道如何来抓住这个机会。等一会教大家一个实用的有效办法。

首先我们来了解自己的优势是什么，然后在顾客的面前反复的强调。有一次我去买衣服，小小的一件衣服要卖一百多块钱，而且一点折扣都不打。但是我很喜欢它的款式，我跟他讨价还价。他说：“先生，我们是国际品牌，原装进口，不打折。”我说：“打九折吧。”他说：“先生，我们这是国际品牌，原装进口。”我说：“打个会员价吧。”他说：“先生，你不是会员，我们是国际品牌，原装进口。”他反复强调。

塑造价值其实就是成交的技巧，让客户体验到他想要的感觉。有些暴发户想要什么感觉？（回答：尊贵）让人看得起，有人捧他，很华丽。所以，在介绍的时候知道他有这个心理，你就给他这样的感觉，把它描述出来，让他听起来很兴奋，就好象他已经生活他想要的感觉中，他很愿意把钱掏出来，放在你的桌子上。

如果时间够用，我教给大家老顾客见证的方法，这是最有效、



最有用的销售技巧，但是前提要懂得怎么来用。

如果顾客要求你给他一个条件，比方说：“你给我八五折，我就买。”不要轻易地给他让步，你要提出一个条件，“如果八五折给你的话，你是付订金或者付全款？”如果他给你付订金或者全款，你再给他申请。

假如你卖的是布艺沙发，但是你公司卖的是皮沙发，没有布艺沙发。我们要让他看到布艺沙发有什么短处，再让他看到皮沙发的好处。

## 售后返修流程 售后前台工作总结篇五

众所周知，目前娄底的4s店如雨后春笋般迅速增长，随之人们消费观念的越来越理性及成熟，对要求也越来越高。

弹指一挥间，转眼间半年过去，在过去半年中我们看到了市场经济的残酷性，作为xx汽车销售有限公司也在经受着市场的严峻考验，但我xx售后部顶住压力在公司领导及全体干部员工共同努力下仍较好的完成20xx年各项工作任务。

20xx年xx售后的年终任务是xx万，截止20xx年6月底我们实际完成产值为xx元，完成全年计划的xx%与年初的预计是基本吻合的。

其中总进厂台数为xx台，车间总工时费为xx元(机修:xx元，钣金:xx元，油漆:xx元)，我们的配件销售额为xx元，其中材料成本(不含税)为xx元，材料毛利为xx元，已完成了全年配件任务的xx%

为了严格控制费用的支出，我们xx售后部制定了完整的物业的设备检修制度，定时对所有的物业的设备进行检查，发现问题及时解决问题，避免问题由小变大，造成更大的损失。

故上半年我们xx售后的物业及设备的维修费用仅有xx元，这是因大家的共同努力才使得物业维修费用不但不超标，并有节约。

现在许多公司都普遍存在人员流动性较大及人力资源配发等问题，我xx售后现在全体工作人员为xx人，其中管理人员为xx人，员工为xx人（除管理人员外，前台接待为xx人，机修人员为xx人，钣喷为x人，仓管及保洁各x人）以上人员并不包括实习生，我xx售后也同样面临着关键岗位人员缺失等问题。故下半年我们将继续加强对员工各方面的培训及领导，从企业内部培训并发掘新的人才，能更好的为公司服务。

## 20xx年所存问题及20xx年工作计划：

一、总结20xx年工作，因前台接待人员及机修人员的专业知识不够专业和广泛，服务细节有所欠缺，在与客户接触时，他们有时无法提供顾客所需要的服务，甚至让顾客产生不信任感。所以我们需继续加强对前台接待人员及机修人员的专业知识培训，提高业务能力，加强技术水平；在服务过程中，服务人员应做到换位思考，替客户着想，为顾客提供实在的服务，向顾客提出建设性的建议，使我们的服务能够让客户更加满意。

二、以往我们售后因前台及车间的各项标准流程不是十分到位，且工作人员面对工作时并不是十分细心，致使在一些可避免的工作细节上犯错误，故在下半年我们需增强管理人员、职工对工作的责任心，让职工知道目前企业现状和未来规划，及市场和未来走势，让他们意识到自己的稳定工作和收入公司的的企业发展是直接挂勾，从而使得员工们由被动变主动。从现在的服务行业来看，公司想长期稳定的发展，服务是重中之重。前台接待是xx售后对外窗口，前台接待人员的一举一动，代表着xx售后部的形象，所以我们必为xx售后部乃至企业树立良好形象，在客户心目中得到认可，这样我们企业

才能继续发展壮大下去。

三、从营销策略上□20xx年xx售后部在忠诚客户维系上有所不足，客户在不断新增时也有着一定量的流失，所以下半年我们必须培养和维护一批长期稳定与我们合作的老客户，发展新的忠诚客户。我们会从日常工作中给这些客户真正的关心，当然照顾是建立在互惠互利的基础上，只有这样我们在市场好与坏的时候，我们都能度过，让这部分客户始终跟着我们走，真正做到比你更关心你。

四、价格合理化。价格的高低也是左右客户进厂的重要因素之一，而为客户提供更优质的服务和合理的价格，并且时时刻刻从客户的角度出发制定合理的维修方案，从而为客户省钱，进而超越客户期望值。

五、在目前市场环境下，各企业都处于微利或赔钱的状态下，这就需要我们企业每一名管理人员、员工节支降耗，为企业节约每一分钱，做为xx售后应从招待费、日常工作用品等方面中进行节约。

六、加强5s管理，坚持对机器设备的定期维护，及时发现损坏或无法正常运作的设备并进行修理，从而提高车间的整体运作效率，降低成本。

七、面对xx对我司的明察暗访，我们应努力打造一支上下团结，和谐有凝聚力的团队。遇事大家必须心往一处想，劲往一处使，我们共同想办法、拿措施，解决问题，度过难关。

## **售后返修流程 售后前台工作总结篇六**

20xx年是公司发展上台阶的关键一年，在即将过去的一年里，公司的各项工作都取得了的很大的成效，为公司的发展壮大奠定了坚实的基础。过去的一年里，我一直从事售后技术服务工作，目睹公司的发展壮大和制度的日臻完善，自豪感由

衷而生。多年的工作经历，自己对售后服务多少积累了一些认识和体会，现总结分享如下。

不管从事什么工作，树立全局意识是首要的问题，售后技术服务也不例外。我认为售后服务工作的全局就是，树立企业形象，使客户对公司产品的满意度和忠诚度最大化。最大限度的保护客户的利益，是提高我们产品的核心竞争力的一个重要组成部分。做好售后服务工作，同时也为了及时反馈产品从出厂至使用过程中出现的不良情况，以便作出及时改进，使产品更好的满足客户的使用要求。

作为一个技术服务人员，要在现场勤于观察，独立思考，多与客户、同事沟通，这一点，对于不断掌握解决在不同环境下的故障问题的应用知识至关重要。能否做好设备的质量调研，是衡量技术人员专业水准的标尺，同时也是技术人员尽快掌握应用知识的有效手段。

现场技术服务人员不仅要有较强的专业技术知识，还应该具备良好的沟通交流能力，设备很多时候是由于使用操作不当或者使用环境达不到标准才出现了问题，而往往不是如客户反映的质量不行，所以这个时候就需要我们找出症结所在，和客户进行交流，规范操作，从而避免对产品的不信任乃至对企业形象的损害。

向客户推广公司的产品，不仅是业务人员的职责，也是包括技术人员在内的公司每一个员工的职责，技术人员应更善于从技术的角度分析，向客户介绍和推广本公司的产品，同时及时向业务员反馈商机，发挥好桥梁的作用。

## **售后返修流程 售后前台工作总结篇七**

一、20xx年度售后服务部的主要工作：

20xx年售后部营业额□xx万余元。毛利□xx万余元，平均单车

营业额□xx元。20xx年共进厂xx辆，其中润保xx辆。（具体数据，可根据部门实际情况。）

## 二、不足之处

售后服务部成立时间较短，新成员较多，制度不够完善，现场实践经验较为欠缺，我们必须坚持加强现场实践的力度，在实践中培养增强各种业务水平，同时要争取工作的主动性，提高责任心、专业心，加强工作效率、提高工作质量。

要树立真正的“主人翁”思想，心往一处想，劲往一处使，积极主动共同服务于公司的各项工作中。为公司更好的发展，为更好地服务服务汽车贡献自己的微薄之力。

## 三、20xx年售后服务部的工作计划

### （一）、客户管理细化

3、对于我们的忠诚客户在公司举办的各种活动时优先通知，让客户受到特殊待遇，增加客户对专营店的依赖感和归属感。

### （二）、续保率和预约率

入厂台次的增加导致维修高峰期时客户等待时间长和车间超负荷工作，需通过预约工作合理调配，减少客户等待时间。

### （三）、资源共享、良性竞争

### （四）、人员培训

1、加大培训工作的频次，分为定期和不定期的. 培训考核；

2、注重理论与实际工作相结合的培训，对接待注重产品基本知识和实实践操作相结合，特别是实际接待能力的考核。维

修技师注重操作技能和常规故障排除能力的培训，提高员工的整体战斗力。

#### （五）、增加维修人员

随着保有量增加和回厂频次的增加，在加强管理提高工作效率考核人均产值的同时，适当增加维修人员数量。

#### （六）、团队建设

1、目标和表现形式以公平、公正、公开为原则，坚持只有团队利益最大化，才能确保个人利益最大化本售后维修组织培训及考核，营造学习氛围，提升员工服务理念及个人技能；进行职业道德、服务理念、主人翁意识培训；塑造员工服务的工作态度，注重细节问题的发掘，促使员工主动提高自身素质。

2、实施手段及措施采用将所有培训及考核资料纳入员工个人档案、团队意识直接与员工个人收入挂钩、团队意识强者优先考虑外出培训、职称晋升、福利等优惠。

总的来讲，新的一年是富有挑战的一年。为努力实现公司质量目标，售后服务部已经做好了迎接挑战的准备，也有信心把服务做得更好！