

# 病人回访存在问题及整改措施 医院回访工作总结(大全8篇)

当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 病人回访存在问题及整改措施 医院回访工作总结篇一

为进一步加强医患沟通，延伸医疗服务，开展对出院患者“电话回访”服务。这种做法既简便易行，又行之有效，大大增加医患双方的互动性，缩短护患间的距离，增加病人对医护人员的信任，提高医院的经济效益和社会效益，现将具体操作如下。

### 1、方法：

(1) 随访办设立电话回访小组，由专门人员负责，严格建立回访档案。

(2) 回访对象主要为治愈、好转、转院病人；死亡、自动出院病人不包括在内。

(3) 随访办每月将所有的《住院患者回访调查表》记录收集、整理，并进行医疗服务、住院环境的满意度跟踪调查。

### 2、回访护士素质要求：

(1) 回访人必须持有执业资格证，做到热情、礼貌、不与病

人发生争执。

(2) 回访人要具有丰富的临床经验和扎实的专科知识，而且还要具备娴熟的沟通交流技巧和良好的语言表达能力，同时高度的责任心和奉献精神更是必不可少。

### 3、回访时间选择：

回访时间定于患者出院后一个月内，主要询问病人是否已经康复，并针对回家治疗过程中出现的问题给予他们所需咨询电话的帮助，征求患者住院期间对我院的医疗服务和住院环境等有何意见或建议。针对患者及家属提出的宝贵意见及时反馈给临床科室，以便他们工作的改进。

## 病人回访存在问题及整改措施 医院回访工作总结篇二

回访工作总结

客户回访统计

销售部分

8月之前的回访都只是根据话术给客户打电话，让客户打满分，目的性很强，经过满意度培训了解了回访的真正目的，也转变了回访的方式方法，从8月份使用了客户满意度管控系统以后，回访变得系统化了，通过老师的培训，使用了问卷，我觉得回访变得简单，但是规范了。

售后部分

售后确切的说是从7月才开始回访的，之前的都不正规，也不及时有效。

这些数据都不是很准确，都是我从售后系统导出信息后，重复的之类的删减之后，误差挺大，但是关于我的回访工作，我每个月的回访成功率基本就是这样，单位用车偶尔打一些，之前事故车和索赔我也没有重视，个人维修保养用户基本可以做到每个都打。

1、电访中客户反应服务问题或对产品，服务的希望，或不满等的相关信息

能相应的记录下来，例如客户反应维修金额价格太高，或是在服务方面客户所提的不满意的问题时，及时的反馈给相关部门。

2、客户对公司的希望或不满及时登记在回访资料里，避免出现遗忘。

3、及时反馈客户抱怨，及时的跟进和回访。

4、能及时核实车主的相关信息，电话、在日后的开展工作避免出现不必要的工作环节。

5、做好客服的工作，需要与销售部、售后服务部互相紧密的沟通是很重要的。

6、对上海大众产品、性能、价格，维修的费用、相关的维修常识等不是非

1、销售回访：针对销售成交客户进行回访，收集客户服务感受，及时记录并反馈。

2、. 维修保养的回访：针对客户来店保养维修的内容进行回访。如果客户在维修保养后发现一些问题或所维修的项目没有得到彻底的解决，记录下客户所提的问题，了解情况后邀请客户来店检查及时为客户解决问题。

3、客户的投诉处理：遇到客户投诉处理，第一时间及时反馈，详细了解情况，及时为客户解决问题，向客户表示因为我们服务不周带来的不便表示道歉，争取客户的谅解。处理完一及时与客户联系，了解客户是否能真正满意。表示能得到他的原谅我们非常感激，并欢迎他的下次光临。以后用更好的服务弥补我们给客户带来的麻烦。

客户购车成交后，维修保养后，在节假日发出祝福短信，真诚感谢客户的购车，并关心车辆最近的使用状况，让客户了解到我们及时周到的4、.三个月内对购车的用户进行首保的提醒工作。确保保客户接受到首保，并在客户未来店进行及时的回访跟踪。避免客户因为耽误首保时间。

5、针对半年以上未来店的客户通过电访询问原因。如果因上次的维修保养工作影响到客户的来店，详细了解客户的抱怨情况，及时向客户解释。（如果遇到通过电话客户不能理解的，应及时登门拜访、道歉，并及时把抱怨的内容进行针对性的处理。争取化解客户的不满）

6、用户满意度的总结：通过电访向客户了解我们的服务质量，客户对我们服务存在的意见、看法。通过调查真实的反应我们所存在的问题，相应的改善，提高我们的服务质量。

针对客户的意见及处理过程做成案例分析，提出店内改善方案，争取下次不会出现类似的情况。

12. 总结：每月对我们工作进行总结。包含：客户回访总结报告、客户意见投诉处理总结、客户对店内的期望及意见汇总。通过这些工作更好的服务客户，争取最大的满意度。

回访常见客户意见 销售部分

新车干净程度不满意，车洗的不干净。惠民补贴，贷款程序

慢，等待时间过长。装具预约时间较晚。

销售顾问不能很好的履行对客户的承诺。售后部分

觉得维修等待时间过长，希望能快一点；

售后维修人员不够专业，保养不规范，很多客户车辆异常问题因为技术问题不能及时解决。

配件时间问题引起客户投诉。

客户车辆问题维修解决不彻底，技术能力差。

心得

这一年来，我自己成长了太多，都不知从何说起，得到了很多，学到了很多，下一年只希望能尽自己的力量，做的更好，配合和支持自己的团队做好工作，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，一步步走向完善。

回访工作总结

为了落实卫生部关于开展“住院患者回访”活动的通知，结合工作实际，按照医院要求回访患者。根据要求我院制定了详细的回访方案及各类统计报表。宣传部按任务要求及医院回访工作流程完成名患者回访工作。

一、回访目的：

本回访工作是加强与住院患者保持经常性联系，提高服务质量，缩短服务时间，有效提高社会基础性工作。回访工作也有利于坚定患者对医院信任度。管理中心每个服务于电话回访的工作人员，都要加强对患者回访重要性的认识，根据我院提出的要求，全力配合医院做好回访工作。

## 二、总方案步骤及完成时间：

### 1、电话回访阶段

3月2日—3月20日

### 2、结果分析

## 三、存在的问题：

### 1、针对无反馈信息：

a□患者资料改变未及时进行通知更改的；

b□电话填写不真实，通过电话无法联系到的；

### 2、针对不同同意回访的：

a□本人住院属于个人隐私，不希望被打扰；

## 四、意见及建议：

提供了更为有效和切实的思路。希望在今后的宣传工作中加大力度，做到宁缺毋滥，志愿者在报名时要充分得到家人的理解和支持，尤其今后的入库志愿者如进行高分入库就更需要一支稳定的、长期有效的志愿者团队作为支持，这样才能为患者更好的提供服务和帮助。希望今后大家在今后各项工作的开展中大力献言献策、开拓思路，为北京分库能成为全国第一，世界一流的骨髓库而共同努力。

## 银行营销活动总结(一)

### 一、成立机构，精心组织

为确保本次活动目标的顺利实现，xx行成立了“情系政府客户，服务公共财政”联合营销领导小组，行长担任组长，各相关职能部门、点负责人为小组成员，对营销活动进行统一组织、协调和管理，领导小组召开专题会议，对政府部门资源情况进行认真分析，细心分类，锁定重点营销对象，各有关部门密切配合，及时沟通，从而为本次营销活动奠定了良好的基础。

员，由营销人员与其进一步的交谈，推介我行金融产品，三是完善激励机制，突出全员营销。为充分借助全行员工社会关系资源，有效调动上下整体联合营销资源合力，支行在经营目标责任制中，加大了二季度对银行卡业务的专项挂钩考核力度，通过不断完善激励机制，有效调动了员工营销的积极性和主动性，许多员工利用其亲属、朋友在政府部门任职的关系，积极营销，取得了一定的效果。

### 三、搞好售后服务，提高客户满意度

本次营销活动中，我行还将搞好售后服务，提高持卡人用卡水平，使每个持卡人满意作为一项重要内容。为提高银行卡交易成功率，避免不成功交易，采取及时向持卡人明解释“密码次数超限”及账户管理规定，提醒持卡人避免次数超限交易错误码，提醒持卡人在账户金额不确定时，请先做查询交易，避免全额超限错误等，不仅加强了对持卡人的宣传和指导，更提高了持卡人的用卡水平，促进了卡交易的成功率。对客户提出的有关咨询，及时完整解答，对当时不能做出回答的，在约定时间内进行电话或上门回访，以提高客户的满意度，从而使一批客户群体在“不会用、不愿用、主动用”的过程中逐步培植进来。

### 银行营销活动总结(二)

行动”为主题的综合营销活动，各项业务发展取得显著成绩。截止xx年2月5日，各项存款总量达到亿元，比年初净增亿元，其中个人储蓄存款总量亿元，比年初净增亿元；贷款余额亿元，

比年初增净万元;中间业务收入万元,其中银行卡实现收入元。

## 一、强化领导,精心部署“春天行动”

省分行作出实行“春天行动”的决定后,某银行迅速召开行长办公会、行务会、员工大会对省分行精神进行传达贯彻,对全行“春天行动”市场营销活动进行研究和布置。

销工作,对顺利完成全行全年的工作目标,具有重大的战略意义。通过反复传导,各单位主要负责人普遍增强了对“春天行动”的紧迫感和责任感,工作的主动性大大提高。同时,支行及时成立以党委书记、行长任组长,副行长任副组长,支行前后台部门负责人为成员的“伴你成长金钥匙春天行动”综合营销领导小组;各单位也相应成立以主要负责人为组长,业务骨干为成员的工作小组,并明确各级专班组长、成员,对“春天行动”各项工作目标、措施,落实情况的具体责任,切实加强对“春天行动”的组织领导。

二是细化营销方案。支行及时出台《某银行“伴你成长金钥匙春天行动”综合营销实施方案》,对“春天行动”的行动时间、参加单位、组织机构、行动目标、营销策略、主要保障机制、考核指标、评比奖励进行了细化。通过建立客户经理队伍、营造综合营销平台、丰富金融产品、优化客户结构、完善保障机制,着力打造五位一体的综合营销体系,实现营销工作向科学化、专业化、标准化、系统化推进。使营销方案对全行市场营销工作具有很强的指导性。

三是强势宣传发动。在前期准备工作充分的基础上,支行及时召开全行“春天行动”市场营销动员大会。会上,支行党委书记、行长作了题为《紧急行动全员出击抢抓商机,实现“春天行动”首季市场营销开门红》的主题报告,大大鼓舞了全行士气;分管行领导和相关部门负责人对营销活动进行再部署;部门、分理处代表作了表态式发言。全行“春天行动”市场营销活动,在热烈的气氛中强势展开,为开门红奠



定必胜的基础。

## 二、落实措施，迅速掀起“春天行动”高潮

时配套使用广播、流动宣传车、拉横幅以及在车站、码头、居民小区等人流聚集区设立咨询站点等多种方式全面启动宣传工作，要形成全方位、立体型的宣传氛围，五是做好优质服务工作，确保行容行貌好、服务设施好、文明用语好的“三好”标准，努力给顾客营造一种舒心的环境。对高价值客户实行差异化服务，尽快解决客户存、取款排长队的问题。各单位通过抓岗位练兵，努力提高服务水平；通过抓星级员工的培养，努力提高服务水平；通过狠抓奖优罚劣，努力提高服务水平，对优质服务好的重奖，对与顾客争吵、态度生硬、服务效率低下等有损银行形象的一律给予重处罚。六是强化上下联动，整体营销的功能，对优质客户实行资产、负责、中间业务，本外币业务一体化营销，全方位放大客户价值。

## 三、强化督办，将“春天行动”向纵深推进

加强对点的联系指导，实实在在帮助点解决营销中的难点问题。对一般性的问题，能现场解决的要现场解决，确实不能解决的收集起来，向分管行领导及时汇报，争取创造条件，及时解决。

### 银行营销活动总结(三)

我行xx年的旺季营销活动已经时间过半，在活动进程中，银泽支行整体形势运行良好，绝大部分都能如期完成序时进度，现就xx支行旺季营销期间的一些经验汇报下面。

#### 一、自加压力，积极部署早行动

利用ocrm系统和营销作业支持系统，筛选目标客户，主动联

系，精准营销。

## 二、明确目标，人人头上有指标

在我分行明确了对公对私旺季营销各项目标之后，我行在第一时间进行了按条线、小组进行了第二次分化，使每个员工都明白自己的侧重点行销对象以及营销的具体目标数额。而且指标的落实都在分行确定目标的基础之上再增加三分之一，以保证我行旺季营销目标的全面实现。

## 三、因地制宜，全员出击结硕果

我支行与我行其他营业点相比较，代理财政业务是我行的亮点也是造成我支行业务量倍增的主要原因。在邻近年底个财政预算单位大量的资金结算，每天为此业务量新增达三百多笔，我支行一方面适时组织人力解决客户拥挤现象，维护大厅秩序，另一方面全员做资金截留的工作，通过全员近一个月的努力，截留存款达1000多万元，而且也维护了一批优质个人以及公司客户；同时充分利用国人春节的风俗，全体员工带着我行分发的对联和挂历，主动上门慰问客户，通过走家串户进行慰问优质客户以及周边有潜力的客户，我行的电子银行业务以及实物黄金，都有了较以往大的突破，特别是实物黄金的销售，我支行基本没有一笔“大单生意”，全是20克、50克的零星销售，就是这样，目前黄金销售6780克，这不能不说是大力宣传，上门营销的功劳。借记卡方面，力求开户向客户推荐用卡，这得益于低柜人员的大力销售，经测算，两班低柜人员每天每人办卡近10张；电子银行业务，在以前年度一直是我支行的短板，经过有分工、有目标的营销，截止目前都位居全区同业的前列。账户金、基金定投、代理保险等重点产品完成率也位居全行前列。

## 四、加强优质服务，提高我行知名度

结合去年年底打造标杆点的培训，我行员工不断固化样板点

打造的成果，统一着装、习惯标准服务用语，通过标准化、规范化的服务，提升柜员综合素质，实现客户的满意度和忠诚度。从而树立起建行银泽支行对外良好的口碑。同时通过ocrm系统对临界客户进行积极挖掘，对临界目标客户拓展上迁，有效提高个人客户增长。

## 五、注重学习，打造专业化队伍

我行从成立之初，年轻员工就是我行所有点占比最高的。为此，我支行注重对员工的培训，不断加强自身学习，通过以老带新、岗位轮换等形式，使得新员工在最短时间内都成为全面手。

同时，我行所有员工于第一时间学习上级行的文件精神 and 规章制度，对我行的新产品进行全面掌握，这样在提高自身业务水平的时候，还抓住产品的优势和特点，提高了服务客户的能力，更好地营销产品。

## 银行营销活动总结(四)

### 一、合作单位简介

无

二、活动目的以吸引客户为活动目的，与社区客户互动，进行项目社区文化营造与感受，带动新老客户，提高我行社区银行人气，吸引客户群的关注度，扩大社区银行的影响力与认知度。

### 三、活动内容要点

#### 1. 活动内容

##### 1) 体感游戏吸眼球

为达到吸引新老客户群认识我社区银行，走进我社区银行，特举办此项游戏活动以达到令人瞩目的效果。每周安排固定时段，在我社区银行门口(或能力可及范围内)开展体感游戏互动项目。此项游戏内容活动方式新颖脱俗，另外又起到一个全民健身的效果，定能吸引路过的客户，而这些驻足的客户，必定有我行正在寻找的客户群体。另外：参加体感互动游戏的客户需在活动参加详情登记簿上签字留电话以作为我行客户信息来源。

2)当客户吸引人群吸引至一定规模时，可继续开展有奖抢答环节。

到访客户既可体验体感游戏的乐趣，又可参加抢答问题的有奖回馈，宣传定能达到预期效果。

## 2. 交流话题建议

抢答问题建议如下：

### 银行营销活动总结(五)

#### 一、活动主题：“金秋营销”

本次活动以“金秋营销”为主题，旨在向高中端客户和大众客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

二、活动时间□20xx年9月26日-10月31日。

三、活动目的：

以中秋佳节、国庆节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人

为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展；同时通过“金秋营销”宣传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务(vip服务、社区服务、自助服务)的认知和感受，提高电子渠道的分销效率，切实提升经营业绩。

#### 四、活动内容

活动主要包括以下内容：

(一)“金秋营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动。

##### 1. “金秋营销.自助服务送好礼”

(1)活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳2次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业点兑换价值200元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

(2)凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值200元的礼品一份。签约即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

##### 2. “金秋营销.卡庆双节”

(1)活动期间卡免收当年年费。

(2)刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易pos单据和银行卡

到当地建行指定地点领取相应标准的礼品，领完为止。

刷卡消费达1000元(含)以上，赠送价值100元礼品；

刷卡消费达5000元(含)以上，赠送价值150元礼品；

刷卡消费达10000元(含)以上，赠送价值200元礼品；

刷卡消费达xx0元(含)以上，赠送价值300元礼品；

礼品应充分迎合客户节日期间消遣购物的心理，刷卡消费5000元以下的建议为动物园门票、公园门票、商场周边麦当劳等用餐环境幽雅的快餐机构套餐票等，具体由各行自行确定。

### 3. “金秋营销. 速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠20%幅度。

(二) “金秋营销. 产品欢乐送” 点个银产品展示及优质服务活动。

1. 营业点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页(近期下发)，以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。

2. 点柜员统一佩戴工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

3. 活动期间，点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

4. 积极开展点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务

质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升点服务形象。

5. 切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

### (三) “金秋营销. 产品欢乐送” 社区活动。

1. 扩大社区营销渗透面，密切社区关系，按计划稳步推进社区营销工作。

抓住中秋节和国庆节的有利时机开展“金秋营销. 产品欢乐送”社区营销活动，稳步推进第二阶段社区营销工作。通过社区金融服务点优质服务、户外展示、社区金融课堂、营销小分队社区宣传等各个方面密切结合，全方位树立我行的社区服务形象，加强社区金融服务点与目标社区的各项联系，密切点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

2. 结合活动促销内容，确定社区目标客户，积极拓展相关业务量，切实提升社区营销经营业绩。

#### (1) 积极拓展速汇通业务

9 月、10月为学生入学或新生报到高峰期，各行可以开

展凭学生证或录取通知书享受汇款优惠的营销活动，吸引学生客户群体，拓展教育社区市场业务；对城市中汇款频率较高的人群，如商业社区经商人员、外出务工群体等，积极开展社区营销活动，提高营销活动的有效性；对潜在的汇款大户及有异地代发工资需求的全国性、跨区域企业，各行可以通过公私联动进行一对一营销，争取异地代发工资等批量汇款业务。

#### (2) 切实促进个人储蓄存款业务

## \*\*支行内控工作情况汇报

### 一、加强制度的梳理及学习

今年以来，我行先后对各条线的规章制度进行了梳理，针对新的文件变化，认真组织，做好相关政策的学习和指导，在实际业务操作及经营中始终贯彻落实最新的制度要求与规定，确保我行相关业务操作依法合规。在今年四月份我行根据支行教育月活动内容，全面深入开展了《柜员及营业机构负责人十个严禁》、《银行业金融机构从业人员职业操守》、《\*\*银行股份有限公司员工守则》、《员工违规行为处理办法》、《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》、《中国共产党党员领导干部廉洁从政若干准则》、《党内监督条例》、《中国共产党纪律处分条例》等一系列规章制度的学习。我行全体员工遵章守纪、依法合规意识进一步提升。

### 二、继续落实重要岗位人员管控措施

我行严格按照相关制度要求，在柜员号使用、开户、验印、业务印章保管、对账、票据交换、大额资金收付的授权与证实等业务环节中，责任到人，明确不相容岗位和业务。坚决杜绝串岗、混岗或违规顶岗、兼岗等问题发生。同时，我行按要求对重要岗位人员实施轮岗及强制休假制度，至今已完成轮岗3人，强制休假3人。

### 三、坚持对重要操作环节及高风险业务的实施管控

白凭证、贵金属等进行账账、账实检查；每季度至少一次对开户、挂失、账户冻结、大额存取和转账、客户预留印鉴、业务印章和柜员私章保管等进行检查；每季度至少一次主动了解我行重点客户对账情况。

### 四、积极开展今年的各项风险排查工作



根据省行及支行今年的最新文件精神开展我行的风险排查工作，进一步加强对各业务环节的管理，规范日常操作，增强员工合规操作和风险意识。

### （一）公司条线

根据《关于明确人民币大额交易查证及授权登记制度管理要求的通知》文件要求，我行再一次对大额交易查证的标准、核实人员和查证方式以及登记工作进行了自查及规范，确保我行在此业务操作与执行方面的依法合规。

### （二）个金条线

1、根据《关于发送的通知》文件要求，进一步规范我行个人客户信息的查询及调阅工作，切实做好我行个人客户信息的保密工作。

理财产品业务进行了全面、逐笔自查，重点检查员工是否存在利用工作之便办理本人理财业务行为。经过自查我行的理财业务均合规，无上述情况出现。

### （三）监察及法律合规方面

1、根据《关于对银行员工泄露客户资料风险提示的通知》文件要求，我行切实开展了员工的思想教育和管理工作，加大了员工保密工作的培训力度。

文化，规范柜台操作流程。

## 五、员工思想动态分析与行为排查制度落实到位

近期我行组织了员工思想动态分析与行为排查工作，通过观察、谈话、会议分析、家访、客户回访等方式了解掌握每位员工思想动态和行为变化。同时经常与每位员工进行交流，

进行“双十禁”、思想道德、合规操作与案例警示等教育，并畅通沟通渠道，鼓励每位员工为支行的合规内控工作献计献策。

在支行领导及我行全体员工的不努力下，我行的内控合规工作运行良好。在今后的工作中，我行将继续高度重视，将内控合规作为一项长期不懈的工作来抓，让合规内控工作作为我行的经营发展保驾护航。

## 电话回访技巧及说辞

### 电话回访

访维护的技巧包含以下几个要点：

开场白原则：互惠

信送祝福，往往就会得到祝福。

一下，您找他买车可以便宜。”

帮助，是对别人的信任，是对他能力的赞美。”

先求别人帮一个小忙，当对方真的给你帮助后，你们的关系就进了一步。请求别人帮忙的时候要注意：1、请求的事情必须是对方轻而易举就可以办到的；2、请求的事情对对方来说必须是他的能力范围内的；3、请求的事情最好是以提供信息为主。

利用“互惠”的办法寒暄，拉近关系之后，就可以进入正题。

### 应对三大常见问题

什么？××先生（小姐），老实说会不会因为钱的问题呢？”

就是一项决定吗？假如你说不是，没有任何事情会改变，明天将会跟今天一样。假如你今天说是，这是相同的决定，您愿意吗？” 要求承诺

将客户答应的事情落实，比如落实到具体的时间，并且给他一点压力。如：

月了。不过没有关系，我不去了。那说好了，我就在售楼处等您了。”

在销售过程中，借用“承诺”的力量，就会无形中约束客户的习惯。因此，将真正的“承诺”融入销售流程就能达到一个质的效果。

诺。不过，值得注意的是，不能过度施压，引起客户反感。

本说辞只针对集中时间段的大规模老客户回访，部分内容涉及到近日

公布的新优惠政策，仅供参考。

电话：铃铃铃

针对活动意向客户说辞

目的：保证客户的到访量，维护客户关系，促成意向客户到访和老带新。要求：优惠的事情一笔带过，注意客户的反应。

客户：你好，哪位？

业务员：您好！您是x先生/x女士吗？

客户：是啊，你是？

业务员：上午好/下午好x先生/x女士，我是蓝湾的小于。您方便说话吗？

客户：小于啊，说吧

a客户：不行，我没时间

业务员：那太遗憾了，这次活动邀请的基本上都是业主，内容是xxxxxxxxx,（关于孩子和老人的内容可以着重说）好像这次活动还有一定幅度的优惠，就是考虑到老业主带朋友来购买给的。

b客户：行，我带我的家人去

业务员：恩，这次活动听说质量挺高的，费用也不低，到时候您一定要来啊，我们业务员每个人只有5个名额的，如果当天有事一定要提前通知我。

针对销售电话邀约说辞的补充

今年电话邀约客户，主要是以价格的优惠和周末活动为主。随着市场竞争更加激烈，电话邀约的说辞和理由需要更加的丰富，技巧也需要加强。针对电话邀约的客户，我们分成两类：未成交的意向客户和已成交的业主。

针对未成交的意向客户，还可以用以下几个方面的理由

进行电话邀约：

1. 产品和工程进度的完成情况

a□ 新产品主体封顶完工、外立面风格和户型面积的确定  
调查的同时，也对客户的意向进行进一步的确认。

活动区等。

其需求，但是对项目仍很感兴趣，关注蓝湾的动向。

2. 蓝湾自身配套的完善和周围区域的发展情况

a□ 美式情景商街招商的形式和进度

b□ 蓝湾私家浴场和地下通道投入使用

c□ 酒店会所的建设和进度

d□ 已交房公寓大堂功能区的完善使用

e□ 轨道交通的建设进度和旅顺南路软件产业带发展的动向

针对客户：感性客户，喜欢蓝湾的产品和度假氛围。

对区域的陌生和对周围配套缺乏信

心的客户。建议在传达蓝湾配套完善的同时，加深其对整个区域的认识。

这个周六，我们蓝湾在私家浴场有答谢成交业主的活动，还有一定的优惠，您就带家人和朋友一起来参加吧，顺便看看您上次看好的户型。

对于未成交的意向客户，无论是从产品、工程进度、配套还是区域发展，所要传达的都是蓝湾的变化。最终仍要以优惠和活动相配合吸引客户到场。

针对已成交业主，建议可以从业主入住后的感受入手，采取电话调查的方式

a□ 私家浴场使用后的感受和建议

b□ 商业街招商的方向和意见，酒店会所的功能和规模

c□ 酒店大堂的功能，对物业管理的意见和建议

d□ 装修后的反馈（慎重）

e□ 轨道交通的建设进度

例：××先生/女士，您好，我是蓝湾的××，好长时间没和您联系了。今年咱们的私家浴场你带朋友来玩了吗？感觉怎么样啊？周六我们组织成交业主在浴场烧烤，您带朋友一起来参加把，正好我们蓝湾二期的样板间刚对外展示，带您朋友一起来看看吧，明年朋友们可以一起来蓝湾度假了。

针对成交的业主，在电话邀约时应该传递先阶段蓝湾价值的提升和热销的情况，坚定已够客户的信心。蓝湾的客群都有一定的朋友圈子，针对喜欢把好的东西跟朋友分享的人，运用其影响力，会为你带来很多的客户。

针对陌生客户电话邀约

目的：争取机会与客户进一步的沟通直至跟客户面谈

电话回访客户的满意度分析和话术总结

一、电话回的流程：

成功顾客回第一步：结构合理精心编排的卷是成功回的第一步。

当你拿起电话打算打给顾客做回调查时，你是否已经想好了你要对方的题？你是否已经设计好何时用开放式题。

如果这些都没有事先准备好，那么这将是一次糟糕沟通的开始。

成功回客户第二步：要有针对性地选择回时间，不要在顾客繁忙或休息的时候去回。可否想象，凌晨三点，你睡眠惺松地接起电话，一个甜美的女声告诉你要对你昨天买的某个产品进行满意度回，那时的你，是什么样的心情，可能再甜美的声音也冲不熄你心中被人打扰的怒火。那时的你，会配合调查吗？同样的，对于背景调查来说，你选择的沟通时间合适吗？你是否选择了比较繁忙的工作时段去做背景调查？你是否已经模拟过对方回答你的题需要耽搁多长的时间？一般来说，上午的11点-12点的时间段，下午4点后的时间段，都是接近下班的时候，大多数人员会在那个时段把手上紧张的工作稍稍放松一点，那时进行顾客回，不配合的人员比较少。

成功顾客回的第三步：礼貌和甜美的语声是打动客户听下去的动力。

个好心情。

## 二、电话回的模式

333的服务模式：与顾客进行着短期、中期、长期的跟踪交流与沟通，1、顾客买走产品后的第三天要电话回一下，回目的：了解顾客初步使用感受、鼓励继续使用。询时主要了解产品使用时肌肤的初感，例如：“芦荟纳米金补水润白凝露”，感觉这款化妆水是否好吸收？洁肤后使用此产品3-5分钟后肌肤是不是觉得不紧绷了，摸上去明显感觉很滋润？其它的产品，如洁面乳的泡沫是否丰富细腻？清洁度如何？并根据顾客的使用方法给予正确的指导，告知继续使用后肌肤的改变，增加继续使用的信心及欲望。通过这一次的回，可以判断这

款产品是否适合顾客的皮肤，减少顾客因过敏后还继续使用，给肌肤带来更大的伤害，或因使用方法不当而影响产品的效果。

因产品没有达到预期效果而流失现象。如使用感觉良好的顾客可告知一些活动信息，增加购买频率。

3、三月之后就要做销售再跟进，因为一般情况之下，顾客购买的产品会在三个月后用完，及时地跟进，能促成顾客的再次购买。可以给顾客续量，或是主推其他产品。

回的时间，除上述说到的“上午的11点-12点的时间段，下午4点后的时间段”，我们也可以安排在每期活动之前，让顾客了解最新的促销活动。

开头语：好，请是\*\*小姐吗？我是loionspa专柜的美容师，（而不是说我是\*\*\*导购。

让顾客觉得你很专业）。不好意思占用两分钟的时间，想对你使用我们产品后的感受做一下回。

结束语：很高兴能抽出宝贵的时间接受我们的回，为了答谢，在方便的时候可以到xx店领取一份礼品或是新品的体验装。让顾客感到我们给她打电话能给她们带来好处，并期待我们的下一次回。

三、电话回话术：

好，是某某先生或某某女士吗

好的，如果有什么不清楚的地方可以随时来电咨询，或到店内由我们专业的美容导师为讲解。同时已经是我们的会员，针对的肤质公司有新品上市可以免费适用。如有什么意见或建议可以反馈给我们，帮助我们提高，以便我们能更好的为服



务。（这样可以促使顾客来我们店进行第二次消费）。

再过几天就是xx节日了，临近节日，我代表公司为以及其人送上最诚挚的祝福，希望度过一个愉快的假期。

非常感谢对我们工作的支持，打扰了，谢谢，再见。”

#### 四、注意流失客户的回

一般情况下，会员三个月（或三个月）以上不来店，即可视为已流失或预流失顾客；找原因后加以改进的思路是对的，但更重要的是：不是事后的“亡羊补牢”，而是通过回询顾客对使用我们的产品有什么意见？我们要尽量为顾客解决，可以再向顾客推荐其实适合他肤质的产品，让顾客有时间到我们的店里试用。让流失的会员重新回来。

#### 银行会计工作总结

一年来的主要工作情况汇报如下：

绕我行的基础管理差，内部控制力弱的问题，我行于年初召开了高规格的会计基础工作会议。

管理关系更清晰，会计内控管理层次得到提升。

毫的马虎。

步。

3、坚持值班制度，提高预警信息核销的及时性和真实

性，充分发挥会计监控系统的监督

高，更重要的是对会计人员产生了一种持续的强大的监督和震慑作用。

员参加的会计主管例会，分析内控形势，学习新的文件精神，研究解决管理中存在的实际问题。以会代训，提高会计主管的业务素质与履职能力。教育检查活动。

就是要讲风险、内控，然后才是效益、发展。

计监督两方面相互促进，协调发展。

善考核激励机制。

验收各阶段的活动。

料已整理移交办公室。

上形成守法合规氛围。

币收缴流程不清、库存登记簿券别与实物

安全管理，健全金库管理制度。

机构同事的配合支持下，在十分紧张的时限要求内，准确无误地完成了所有后续账务处理，顺利完成了上下级行之间剥离款项的清算，为剥离工作划上了一个完美的休止符。

调整,实现在会计报告和会计核算层面与新准则对接。

性。

七、推广上线指纹认证系统、集中对账管理系统和会计档案管理系统等一批新系统，管

理手段得到创新和加强。

检讨书

银行员工检讨书

我的检讨

尊敬的行领导：

我为什么搞“串联”，这确也太冤，我是在向上级申诉

八次无果下，向部分不明真相的同志（仅

一定不点灯。

滔长江水诉不尽领导情。

最后仍真诚的感谢帮助过我的人，特别是尊敬的领导们！篇2  
各位领导；各位同事□xx年某

## 病人回访存在问题及整改措施 医院回访工作总结篇 三

在过去的一年中，经过个人对客户满意度的调查，发现客户满意是一种心理活动，是客户的需求在被满足后的愉悦感。对于顾客来说，他花了定的代价，需要达到一定的目的，如果我们提供给他产品、服务等有很大一部分不是他所的，那怕你的价格比别人低，可能也不能提高他的满意度。所以客户满意度是衡量客户满意度的量化指标，由该指标可以直接了解企业、产品或服务在客户心目中的满意度级别。

对客户满意度的一个调查也主要是在客户回访中做到的，在

一年的时间里，通过对一些客户的回访，来收集客户的意见，并将这些意见整理和总结，反映给公司，这样的话就能够进一步地提高客户满意度，而最终目的就是为进一步销售铺垫的准备。客户对于具有品牌知名度或认可其诚信度的企业的回访往往会比较放心，愿意沟通和提出一些具体的意见。客户提供的信息是企业在进行回访或满意度调查时的重要目的。如果企业本身并不为人太多知晓，而策划回访的程度又不行的话，那很可能会影响公司本身的形象，以及再次的交易。所以我在每次回访的时候都会保护好客户的隐私，尽量谈一些客户喜欢的，这样就能够收集到更多的意见，而这些意见对于我们公司来说是宝贵的。

零抱怨无投诉其实是每个企业的一个愿景，也是我们企业的愿景，也是我的一个愿景。真正能够达到这样的企业可以说没有，因为消费者的心理和行为是公司难以确定的，公司可以通过努力来增加自己服务的质量，这样只是能够提高客户满意度，但却无法决定客户满意度。零抱怨无投诉是公司追求的目标，他要求公司能够完完全全地为消费者服务，消费者就是上帝，这句话一定要时刻记在心中。

总体来说，一个企业能否生存下去，就是看企业的客户对企业的支持情况怎么样？这个支持情况是由客户满意度来直接影响的，所以在新的年里，我想可以通过自己良好的服务，好策划的客户回访来增加客户满意度。而公司也凭着优质的产品和服务向着“零抱怨无投诉”目标发展。

一文到这里就全部结束了，本文围绕的中心是“零抱怨无投诉”，可以参考这个思路。

## **病人回访存在问题及整改措施 医院回访工作总结篇四**

医院之间的竞争日趋激烈，人们选择医院就医，就像买商品

一样，不仅要求产品质量有保证，又要求有完善的售后服务。对现代医院来说，在医疗质量保证的前提下，竞争成败的关键就是服务。我院已深刻认识到这一点，努力在“跟踪服务”上做好文章，做足文章。通过电话回访，使病人出院后也能感受到我院“一切以病人为中心”的人文关怀和充满人情味的“跟踪服务”，让病人出院后能“背靠背”提意见，解除了病人的顾虑，说出了在医院不敢说的话，而随访到病人的意见和建议，往往包含着他们对改进医院服务的期望和需求，为进一步加强医院行风作风建设，构建和谐社会，促进医患沟通，提升医疗服务质量，更好地了解患者对医院各方面工作的意见，我院制定并实施了《出院指导及病人回访制度》。自开展工作以来，目前已取得初步成效。

- 1、跟踪病人服药及愈合情况，及时掌握信息；
- 2、根据病情做好健康宣教及告知复诊时间；
- 4、通话结束，向病人对医院工作上的支持表示感谢，并送上祝福的话语。

20xx年我们共回访11240人/次，收到多份患者反馈信息。通过患者反馈信息，发现病人对医院反映最多和较为集中的焦点为服务态度问题，主要表现在以下方面。

- 1、医务人员沟通不够或沟通不当。一些病人反映，病情反反复复，不能治愈，医生又不耐烦解释原因。
- 2、细节上缺少技巧。如讲话欠婉转，未注意病人的感受，容易引起病人和家属的误解。
- 3、出院指导中，使用了过多的医用术语，患者看不懂，造成院外治疗困难；以及患者打电话到科室，主管医生下班了没在科室，其他医生对患者情况又不了解。这就造成了患者需要了解的信息不能及时的传达给患者。

4、大部分科室出院随访未落实。

1、出院指导中包括对患者及其家属口头交待与书面指导，尽量少使用医用术语，用通俗易懂的语句来表达。

2、除了把科室电话留给患者外，主管医生、护士应把自己的私人联系方式(比如手机)告知患者。这样才能更好的为病人提供服务，真正把《出院指导及病人回访制度》落到实处。

3、科室应对出院患者进行100%回访，及时、准确、完整记录患者出院随访记录本。同时科室应积极进行自查，不断改进该项工作。

4、定期开展出院随访情况的日常监管，将发现的问题及时反馈给临床科室。鼓励出院随访工作落实好的科室继续保持，加强对随访工作落实较差科室的督导检查。

5. 调查中涉及的有关医院建设方面的问题应及时反应给相关部门负责人，建议其积极整改。

## **病人回访存在问题及整改措施 医院回访工作总结篇五**

为构建和谐社会，促进医患沟通，提升医疗服务质量，更好的了解患者对医院各方面的意见。

1-3月第一季度出院病人回访工作如下：共回访4399个；

1、回访对象： 9、10、11、12月份出院病人，回访科室有：产科、儿科、妇科、肝胆外科、感染性疾病科、骨科、急诊医学科、口腔科、老年医学科、泌尿外科、神经精神内科、肾脏免疫风湿科、消化内科、中医科、普通外科、胸心神经外科、血液内分泌科、眼耳鼻喉科、重症医学科、心血管呼

吸内科共20个科室。

2、回访内容：回访病人出院后康复情况，进行健康指导，例如：指导病人康复锻炼、生活起居、饮食规律、用药指导、自我保健，听取病人及家属对医院和医务人员的建议和意见，提醒病人按时复诊等。每月月底到病房做了满意度调查，共24个科室，做回访医疗服务满意度调查，征询病人对住院期间环境卫生、护士、医生及行政人员的满意度和对本院的建议和意见。

3、回访结果：

- (1)、有145个号码错误和空号，回访失败；
- (2)、每个科室都有停机、关机、无应答等号码无法接通；
- (4)、接通电话后有少部分的认为是诈骗电话，直接挂机；
- (5)、有部分认为效果不明显，住院出院效果一样。（如：泌尿外科、血液内分泌科、眼耳鼻喉科、老年医学科等。）

4. 建议意见提出：护士说话难听；医生说话不耐烦；住院病房热水供水不足；在对病人治疗过程中，希望医生和护士完善对病人医治情况的交接工作；保护和尊重患者隐私权；联系不到主治医生等。

通过回访将影响医院不良因素降到最低，确保了医院服务质量持续改进；通过回访，针对个别突出问题及时向病人解释或表示歉意，力争得到病人的理解，也无形中将流失的`病人重新争取回到医院；通过回访使病人在出院后，能够得到医护人员的关心、帮助，将我们医院的关爱直接的深入到患者的家庭从而能让医院和患者建立联系的桥梁。充分体现了患者为中心的服务理念，也为医院赢得了声誉和病源。

# 病人回访存在问题及整改措施 医院回访工作总结篇六

为构建和谐社会，促进医患沟通，提升医疗服务质量，更好的了解患者对医院各方面的意见。

1——3月第一季度出院病人回访工作如下：共回访4399个；

9、10、11、12月份出院病人，回访科室有：产科、儿科、妇科、肝胆外科、感染性疾病科、骨科、急诊医学科、口腔科、老年医学科、泌尿外科、神经精神内科、肾脏免疫风湿科、消化内科、中医科、普通外科、胸心神经外科、血液内分泌科、眼耳鼻喉科、重症医学科、心血管呼吸内科共20个科室。

回访病人出院后康复情况，进行健康指导，例如：指导病人康复锻炼、生活起居、饮食规律、用药指导、自我保健，听取病人及家属对医院和医务人员的建议和意见，提醒病人按时复诊等。每月月底到病房做了满意度调查，共24个科室，做回访医疗服务满意度调查，征询病人对住院期间环境卫生、护士、医生及行政人员的满意度和对本院的建议和意见。

(1) 有145个号码错误和空号，回访失败；

(2) 每个科室都有停机、关机、无应答等号码无法接通；

(4) 接通电话后有少部分的认为是诈骗电话，直接挂机；

(5) 有部分认为效果不明显，住院出院效果一样。（如：泌尿外科、血液内分泌科、眼耳鼻喉科、老年医学科等。）

护士说话难听；医生说话不耐烦；住院病房热水供水不足；在对病人治疗过程中，希望医生和护士完善对病人医治情况的交接工作；保护和尊重患者隐私权；联系不到主治医生等。



通过回访将影响医院不良因素降到最低，确保了医院服务质量持续改进；通过回访，针对个别突出问题及时向病人解释或表示歉意，力争得到病人的理解，也无形中将流失的病人重新争取回到医院；通过回访使病人在出院后，能够得到医护人员的关心、帮助，将我们医院的关爱直接的深入到患者的家庭从而能让医院和患者建立联系的桥梁。充分体现了患者为中心的服务理念，也为医院赢得了声誉和病源。

## 病人回访存在问题及整改措施 医院回访工作总结篇七

- 1、各项贷款余额xx万元(含抵债资产)，比年初增加xx万元，存贷比例为。
- 2、不良贷款余额xx万元，比年初净下降xx万元，完成市联社下达年度计划的，其中，“两呆”贷款余额xx万元，比年初净下降xx万元，完成市联社下达年度计划的xx%□
- 3、各项贷款利息收入实现xx万元，同比多收xx万元，综合收息率为xx%□

1、强化定位，加强指导，确保全行信贷工作适应地区经济和资金安全需要。今年以来，我在主管经理的领导下，研究探索全行的信贷工作思路，明确了20xx年的信贷工作是把“安全营销”贯穿于整个信贷管理当中，要求各信用社、营业部要妥善处理好在规模扩张与风险防范的关系，确保在经营权下放与管理权上收过程中的信贷资金安全。坚持以市联社“三个工程建设”为有效载体。在贷款投放上，实行分类指导，强化市场定位，坚持服务农区与开拓社区并重，加大贷款投放力度。

2、分类指导、积极营销、努力提高信贷管理指导能力。

一是加大支农贷款投放力度。针对今年中央出台的一号文件和粮价上涨、农民的种粮积极性提高以及农村产业结构调整、农业生产资料涨价，贷款需求加大的实际情况，我在信贷工作指导上，坚持以市联社“三个工程建设”为目标，大力开展信用户、信用村的评选活动，加大支农贷款投放力度。截止12月末，辖内已评定信用村xx个、信用户达xx户，累计发放农户小额信用贷款xxxx万元，累计发放农户联保贷款x万元，累计发放农户其他贷款xx万元，农业贷款累放较去年同期多xx万元。有力的支持了xx区农村经济的发展。

3、不良贷款清收效果显著，信贷资产质量得到比较明显的改善。年初以来，我在清非抓降工作中，坚持把不良贷款清收盘活工作作为信用社生存发展的生命线来抓，收到了明显效果。

二是认真贯彻执行市联社“百日攻坚战”活动精神，指导近郊信用社抓住当前城区扩张、绿化占地、企业搬迁的有利时机，清收关停企业欠款，如□xx信用社抓住开发商占地的有利时机，以货币形态回收贷款580万元，其中：收回“呆滞”贷款380万元；xx信用社以货币形态回收不良贷款300万元，并代表xx两次参加市联社“百日攻坚战”活动经验交流会，交流经验；中远郊信用社抓住政府“合村并镇”的有利时机，大力开展清收盘活攻坚战，采取“收落结合”的办法；加大对个人和村集体贷款的清收力度。三是积极抓住信用社改革的有利时机，充分借助“政府力量”清收不良贷款，在9月末的基础上，又清收不良贷款xx万元。截止12月31日，不良贷款余额xx万元，比年初净下降7xx4万元，完成市联社下达年度及改革计划的xx%□其中，以货币形态回收不良贷款1,796万元。

4、努力做好其它工作。

一是继续加强对银行信贷登记咨询系统的管理力度，对个别违反《银行信贷登记咨询系统管理制度》的行为进行了处罚，

保证了系统数据报送的及时、准确、完整。

二是加强对大额现金、资金调剂的管理工作力度。截止12月末,共审批大额现金37,930万元,累计调剂资金49,000万元,调剂资金利息收入一一万元,同比增加一一万元。

三是加强对信贷人员的业务培训工作,针对农村信用社贷款五级分类工作,举办了信贷主任培训班。四是以xx信用社为试点,进行了贷款五级分类的试分工作。五是根据市联社的统一部署,对全区信贷档案进行了统一和规范化管理。

综观全年工作,在上级领导的大力支持和同事们的密切配合下,各项工作取得了一定的进步和成绩,但从总体上进行反思,仍然存在以下方面的不足和问题:一是创新方式方法不足,农户小额信用贷款、农户联保贷款发放额度偏低。二是不良贷款的清收任务仍然相当艰巨,这是当前和今后信贷工作的难点和重点。三是法律法规和规章制度知识仍不够丰富,有待于今后进一步加强。四是信贷管理水平有待进一步提高。

## **病人回访存在问题及整改措施 医院回访工作总结篇八**

20xx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。