

# 售后的工作计划及目标 售后工作计划(汇总6篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。

## 售后的工作计划及目标篇一

### 一、销售部年度工作计划之办公室的日常工作：

作为xx公司的销售内勤，我深知岗位的重工性，也能增强我个人的交际能力。销售部内勤是一个承上启下、沟通内外、协调左右、联系八方的重要枢纽，把握市场最新购机用户资料的收集，为销售部业务人员做好保障。在一些文件的整理、分期买卖合同的签署、银行按揭合同的签署及所需的资料、用户的回款进度、用户逾期欠款额、售车数量等等都是一些有益的决策文件，面对这些繁琐的日常事务，要有头有尾，自我增强协调工作意识，这半年来基本上做到了事事有着落。

### 二、分期买卖合同、银行按揭合同的签署情况：

在签署分期买卖合同时，对于我来说可以说是游刃有余。但是在填写的数据和内容同时，要慎之又慎，我们都知道合同具有法律效力，一旦数据和内容出现错误，将会给公司带来巨大的损失，在搜集用户资料时也比较简单（包括：户口本、结婚证、身份证等证件）在签署银行按揭合同时，现在还比较生疏，因为银行按揭刚刚开通，银行按揭和分期买卖合同同样，在填写的数据和内容同时，要慎之又慎，按揭合同更具有法律效力。但在办理银行按揭的过程当中，购机用户的按揭贷款资料是一个重工的组成部分，公证处公证、银

行贷款资料、福田公司存档、我公司存档资料。这些程序是很重要的，如果不公证？银行不给贷款。这些环节是紧紧相扣的，是必不可少的一部分。我公司在存留有户档案时，我们取公证处、银行、福田三方的精华，我们在办理银行按揭贷款方面还存在一定的漏洞，我相信随着银行按揭贷款的逐步深入，我将做得更好、更完善！（我建议组织一次关于银行按揭贷款的培训，这是我个人的想法。）

三、及时了解用户回款额和逾期欠款额的情况：

作为xx\*公司的销售内勤，我负责用户的回款额及逾期欠款额的工作，主要内容是针对逾期欠款用户，用户的还款进度是否及时，关系到公司的资金周转以及公司的经济效益，我们要及时了解购机用户的工程进度，从而加大催款力度，以免给公司造成不必要的损失，在提报《客户到期应收账款明细表》是，要做到及时、准确，让公司领导根据此表针对不同的客户做出相应的对策，这样才能控制风险。

一、行政事情办理轨制

(一)总务科事情轨制：

三、拟定年度、月度事情规划、查抄监督催促落到实处环境

四、每1个月召开科务集会,讨论事情规划,研究总务科的重大不懂的题目；

5、每周下病房一次,实时了解医疗熬头线对于总务事情的要求

六、每1个月举行一次全院安全查抄,发现不懂的题目实时处理完成

(二)总务科行政检查打听轨制

一、每周由科长带拥涉及职员深切各病区到各处观察检查打听

二、征询病区护士长对于总务科事情的意见和要求,并做好记录

### (三)总务科技能工人培训复训轨制.

一、从事技能事情工人均应举行岗位培训,经考试及格后持证上岗

二、总务科应保举事情体现较好,符合前提的技能工人举行等级工培训

三、从事特殊工种的技能职员均须按国度劳感人事部分涉及规定持证上岗,并按期复训,具体复训如次:

a□汽车司机每一年审查核定执照一次

b□电工、电焊工每审查核定复训一次,高压炉消毒工每四年复训一次

### (四)医院物资采集购买轨制

一、物资采集购买必需按照部分需求,按声请规划采集购买

三、物资采集购买规划必需是当月须要的用品,不患上超数量以避免造成挤压和华侈

### (五)医院物资报废、回收、处理轨制

三、物资报废后联同物资报批纯一块交付物资仓库回收

5、清算、回收大宗废旧物品,斥卖时须报主管带领批准后,方

可处理

六、斥卖后收入按财政轨制处理交财政科,部分可报主管带领批准发给茶水费

#### (六) 衡宇、团体宿舍办理轨制

二、凡住本院宿舍的职工,必需职工本人栖身,不患上外借,背者责令其改过

四、团体宿舍入住须经总务科批准,办理涉及手续,按指定房号栖身,未经批准不患上乱搬

六、团体宿舍不患上过夜外来职员,外来职员须在晚上11时前离去

八、午休和晚上11时后,音响、电视要关小音量,禁绝大声鼓噪,以避免影响他人休息

#### (七) 医院基建办理轨制

一、全院的基建、维修工程项目由总务科按国度规范规划和医院年度规划社团实施

四、总务科卖力对于工程的质料质量、动工质量举行查抄,如发现质量不合适合要求,坚决避免,确保工程质量和安全.

5、做好自己招供建材、质料的办理,工程量的复核、招标、预算、结算的审查核定事情

9、工程竣工后,实时报信涉及部分举行质量查抄验收,质量符合要求后方可投入使用

十、基建办理职员做到耿介奉公,遵纪遵法,不以权术私,秉正办事

## 售后的工作计划及目标篇二

工作计划网发布售后2019年度工作计划，更多售后2019年度工作计划相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

以下是工作计划网为大家整理的《售后2019年度工作计划》的文章，希望大家能够喜欢！

xx年3月6日下午□xx“06年售后质量报告暨xx年工作计划”会议在集团三楼报告厅隆重召开，制造公司320余名干部员工参加了会议。会议由制造公司副总莫长山主持。

在会上，技术工艺部范强就06年售后反馈的质量问题，尤其是出口机组的质量问题以图片的形式进行了汇编，并向大会作了通报，让全体员工能够更加清晰地感受和了解销往国外的机组所发生的质量问题，以便在今后的生产中加以避免和改进。

陈总在制造公司xx年的工作规划中，首先对06年的工作进行了简单的总结，一方面肯定了06年取得的成绩，同时也指出了工作中存在的不足。同时，围绕吴总“提高质量、降低成本”的目标，明确xx年制造公司要重点做好的两项工作，一是从细处着手，采取综合措施，进一步提升产品质量。二是全方位开展降耗活动，降低产品制造成本，特别是要作好板材、铜管、铝箔、制冷剂、气体、电线等物资的控制。

质量是企业生存之本，为使xx年产品质量再上新高，陈总要求作好如下工作：一是紧密跟踪售后和检验，确保产品质量问题得到有效、持续的改进，重点是老问题的跟踪和新问题的改进落实；二是进一步完善和细化工艺，更好的保证产品质量；三是车间严格首件检验和“三检”制度，严把制造过程质量关；四是持续进行员工培训，不断提高其技能，以技能保证产品质量。对出问题和易出问题的环节进行重点培训；新员工和老员工培训要有区别；出问题点与不出问题点培训

有区别；特殊工种、关键工种与一般工种培训有区别；五是细化质量责任制，加大考核力度，根除因责任心不强导致的质量问题；六是严格按体系文件要求执行，确保体系有效运行；七是学习国内外同行业企业先进产品质量管理方法，提升出口产品质量。按照自找问题，自我否定的方法，提升水平。

xx年是管理提升年，为提升管理水平，陈总要求制造公司要建立和完善以下八项工作制度：1、车间调度会制度；2、车间质量分析会制度；3、车间技术准备会制度；4、车间成本费用分析会制度；5、管路现场评审会制度；6、车间考评制度；7、车间专检制度；8、车间合理化建议奖励制度。

优秀的干部员工队伍是企业发展的`重要保证。在人员培训和梯队建设方面，陈总也作了具体的安排和布署，要求各部门要发现人、培养人，用好人，做好员工的职业生涯规划。

陈总最后号召全体干部员工要养成认真负责、兢兢业业的工作态度，不论何种工作、不论事情大小，都要认真去做并且都要做好、做漂亮、做精致，使我们公司产品质量和基础管理在06年的基础上百尺竿头，更进一步。

最后贝莱特执行总经理康总对会议的召开给予了高度的评价，并对xx年市场环境和贝莱特空调的销路作了简单的介绍，同时要求大家只有紧密团结在以吴总为核心的集团领导班子周围，按照我们制定的计划扎实开展工作，我们的目标就一定能够实现。

这次会议的召开不仅使全体干部员工明确了工作重点和方向，同时也增强了大家为实现xx年公司总目标的信心和决心。

## 售后的工作计划及目标篇三

客服工作计划怎么写，欢迎阅读工作计划网小编整理提供的

售后客服工作计划范文。

## 售后客服工作计划(一)

### 1、整理客户资料、建立客户档案

客户送车进厂维修养护或来公司咨询、商洽有关汽车技术服务，在办完有关手续或商谈完后，业务部应于二日内将客户有关情况整理制表并建立档案，装入档案袋□4s店售后工作计划。客户有关情况包括：客户名称、地址、电话、送修或来访日期，送修车辆的车型、车号、车种、维修养护项目，保养周期、下一次保养期，客户希望得到的服务，在本公司维修、保养记录(详见“客户档案基本资料表”)。

### 2、根据客户档案资料，研究客户的需求

业务人员根据客户档案资料，研究客户对汽车维修保养及其相关方面的服务的需求，找出“下一次”服务的内容，如通知客户按期保养、通知客户参与本公司联谊活动、告之本公司优惠活动、通知客户按时进厂维修或免费检测等等。

### 3、与客户进行电话、信函联系，开展跟踪服务

业务人员通过电话联系，让客户得到以下服务：

(1)询问客户用车情况和对本公司服务有何意见；

(2)询问客户近期有无新的服务需求需我公司效劳；

(3)告之相关的汽车运用知识和注意事项；

(4)介绍本公司近期为客户提供的各种服务、特别是新的服务内容；

(6) 咨询服务；

(7) 走访客户

## 售后服务工作规定

1、售后服务工作由业务部主管指定专门业务人员——跟踪业务员负责完成。

2、跟踪业务员在客户车辆送修进场手续办完后，或客户到公司访谈咨询业务完后，两日内建立相应的客户档案。客户档案内容见本规定第二条第一款。

3、跟踪业务员在建立客户档案的同时，研究客户的潜在需求，设计拟定“下一次”服务的针对性通话内容、通信时间。

4、跟踪业务员在客户接车出厂或业务访谈、咨询后三天至一周内，应主动电话联系客户，作售后第一次跟踪服务，并就客户感兴趣的话题与之交流。电话交谈时、业务员要主动询问曾到我公司保养维修的客户车辆运用情况，并征求客户对本公司服务的意见，以示本公司对客户的真诚关心，与在服务上追求尽善尽美的态度。对客户谈话要点要作记录，特别是对客户的要求，或希望或投诉，一定要记录清楚，并及时予以处理。能当面或当时答复的应尽量答复；不能当面或当时答复的，通话后要尽快加以研究，找出办法；仍不能解决的，要在两日内报告业务主管，请示解决办法。并在得到解决办法的当日告知客户，一定要给客户一个满意的答复。

5、在“销售”后第一次跟踪服务的一周后的7天以内，业务跟踪员应对客户进行第二次跟踪服务的电话联系。电话内容仍要以客户感兴趣的话题为准，内容避免重复，要有针对性，仍要体现本公司对客户的真诚关心。

6、在公司决定开展客户联谊活动、优惠服务活动、免费服务

活动后，业务跟踪员应提前两周把通知先以电话方式告之客户，然后于两日内视情况需要把通知信函向客户寄出。

7、每一次跟踪服务电话，包括客户打入本公司的咨询电话或投诉电话、经办业务员都要做好电话记录，登记入表(附后)，并将电话记录存于档案，将电话登记表归档保存。

8、每次发出的跟踪服务信函，包括通知、邀请函、答复函都要登记入表(附后)，并归档保存。

(四)指定跟踪业务员不在岗时，由业务主管临时指派本部其他人员暂时代理工作。

(五)业务主管负责监督检查售后服务工作;并于每月对本部售后服务工作进行一次小结，每年末进行一次总结;小结、总结均以本部工作会形式进行，由业务主管提出小结或总结书面报告;并存档保存。

(六)本制度使用以下四张表格：“客户档案基本资料表”、“跟踪服务电话记录表”、“跟踪服务电话登记表”、“跟踪服务信函登记表”。

## 售后客服工作计划(二)

### 一. 售后总体目标.

“优化管理，稳步发展。”

2018年我们的成绩有目共睹，虽然遭遇广州限牌政策的遇冷，但是我们的售后业绩仍然保持强劲的`势头，我相信服务就是怎么样用最适合的方式去为客户解决问题，以活动应有的回报，“工欲善其事必先利其器”，为了更好面对客户问题，要求我们从实际出发，提出问题的解决方法，最终服务于公司的管理和运营目标。建议新一年工作可以从以下几个方面着

手：

(一)完善售后团队建设。拥有坚实的团队，才能够更好的面对客户带来的各种需要处理的问题，明确各部门工作职责，消除管理职责的模糊概念，明确划分各部，各岗位的应尽的职责，服务于整体。

(二)加强售后服务流程日常管理。服务流程是售后服务重要的一项内容，关系我们的业务水平以及客户满意度和4s店对外专业度，整体上应该要去严格执行流程，把按照流程作为一种行为习惯，高标准，高要去，用行为去改变售后服务方式，争取改变一个新的面貌。对于车间维修作业，除了技术之外要注重与前台工作人员的沟通，尤其注意维修之前，维修过程中，维修完工之后三个阶段主要问题的沟通，把问题具体化，把故障清晰化。

前台人员交流或者知识讲座，针对常见问题，各个攻破，一方面熟练了员工的业务能力，而来促进内部的合作和交流，让我们的内部沟通更加顺畅。对于车间技术人员，通过培训，日常集体学习，探讨提高分析问题解决问题的能力，关系到我们4s店整体的对外技术形象，汽车技术的不断提高和更新，逆水行舟不进则退，要有一种与时俱进的精神。

(四)着重车间细节问题的监督和管理。好的团队离不开有效的监督和管理，尤其是监督前台和维修车间的工作环节，保证和实现服务站“6s”的工作要求，注重协调工作中可能出现的情形，如维修挑单，洗车清洁不够，工作人员不配合等，严惩分明，敢于奖惩，维护服务秩序和管理规范。对团队的建设注重公平，公正，公开的原则，坚持团队利益最大化，保障个人利益最大化，实行考核和激励相结合的制度，努力营造浓厚的工作氛围，提升部门的凝聚力和整体战斗力。

(五)促进与集团或其它公司部门的合作。以更加开放的胸襟，以营利为宗旨，服务于整体大局，争取集团公司间的协作，

尤其是在客户索赔，备件方面同其他兄弟同行公司进行资源共享，促进良性竞争，此外加强对外交流，扩大保险方面业绩的提升，打开市场，合理利用浪费，服务于公司整体战斗力。

## 二. 售后经营发展目标.

1. 人员定编。

2. 产值计划

### (一) 营业指标。

2. 实现客户满意度csi全年至少93%以上.

3. 基盘客户数1500人。

4. 日接车台次20台/天，月接车650台/月. 维修平均单车产值实现800元/台，保险平均单车产值1800元/台.

5. 车辆返修率低于2%.

6. 开展风行汽车讲堂不少于四次。

7. 保修索赔通过率不小于95%.

8. 关于有针对性专业技术问题的学习讲座不少于两次。

9. 年度纯正配件采购不少于80万，基本库存达到标准要求。配件营销指标达到万。

10. 精品销售达到30万以上，基本精品配件库存达到10万以上。

### (二) 管理指标。

1) 主要为加强各部门培训工作。除了各部门自行开展的培训工作，

部门之间可以交叉提供基础性内部培训工作，有利于部门间的沟通和协作。如配件或者车间可向前台人员一起交流配件或者汽车维修方面的常见的技术问题，或者交流工作中出现的各种问题，其中前台接车人员业务技巧培训不少于四次。专业技术基础知识培训不少于2次，车间维修技术培训不少于6次全年，对于疑难技术问题的探讨学习总结性活动不少于3次。

2) 开展部门内部活动不少于三次，通过集体活动，增强部门活力，

提升集体凝聚力。

3) 提出内部激励措施用于业绩，客户满意度，员工关怀方面的提升。

(三) 产值分配：

3. 各项改善措施。

(一) 前台改善计划.

20xx年需要落实售后服务细节和接车的技能技巧提升工作。

1. 联系忠诚客户，吸引新客户，维护好客户关系，随着区域保有量的增加和工作的不断深化，把业务做精，做强，做大，提高客户满意度，减少客源的流失，特别是忠诚客户的流失，显的尤为重要，可根据客户回厂次数，客户的品质作为客户忠诚度的评价指标，找出我们的忠诚客户作为我们的重点维护对象。

2. 注重对流失客户回访及分析，服务顾问要找出客户流失的内在原因及提出改进措施，只有不断总结，自身才能不断进步。

## 售后的工作计划及目标篇四

20xx年3月6日下午□“20xx年售后质量报告及20xx年工作计划”会议在集团三楼报告厅隆重召开，制造公司320多名干部职工参加了会议。会议由制造公司副总裁莫长山主持。

会上，技术部的范强整理了20xx年售后反馈的质量问题，特别是出口单位的质量问题，并通报了会议，让全体员工更清晰地感受和了解出口单位的质量问题，以便在今后的生产中避免和改进。

在制造公司的xx年工作计划中，陈先生首先对20xx年的工作做了简单的总结。他一方面肯定了20xx年取得的成绩，同时也指出了工作中的不足。同时，围绕吴总经理“提高质量，降低成本”的目标，明确制造公司在xx要重点做好两项工作。一是从细节入手，采取综合措施，进一步提高产品质量。二是全面开展降耗活动，降低产品制造成本，特别是板材、铜管、铝箔、制冷剂、气体、电线等材料的控制。

质量是企业生存的基础。为了使产品质量在xx达到新的高度，陈先生要求做好以下工作：一是密切跟踪售后和检查，确保产品质量问题得到有效、持续的改进，重点是跟踪老问题，改进和落实新问题；二是进一步完善和细化工艺，更好地保证产品质量；第三，车间严格检查首件和“三检”制度，严格控制制造过程的质量；第四，员工应不断接受培训，以提高他们的技能，并以他们的技能确保产品质量。重点培养问题和容易出现问题的环节；新员工和老员工的培训应该有区别；问题点的训练和非问题点的训练是有区别的；特殊工种、重点工种和一般工种培训不同；五是细化质量责任制，加大考

核力度，根除责任心不强造成的质量问题；第六，严格遵循体系文件要求，确保体系有效运行；第七，学习国内外同行业名牌企业先进的产品质量管理方法，提高出口产品质量。通过问问题和自我否定来提高自己的水平。

xx是管理改进年。为了提高管理水平，陈先生要求制造公司建立和完善以下八项工作制度：1. 车间调度会议系统；2. 车间质量分析会议制度；3. 车间技术准备会议制度；4. 车间成本分析会议系统；5. 现场管道审查会议制度；6. 车间评价体系；7. 车间专项检查制度；8. 车间合理化建议奖励制度。

优秀的干部职工队伍是企业发展的重要保证。在人才培养和梯队建设方面，陈老师也做了具体的安排和安排，要求各部门要找到人，培养人，用好人，为员工做好职业规划。

最后，陈同志号召全体干部职工树立认真、负责、认真的工作态度。无论什么工作，无论什么规模，都要认真做好，做得漂亮精致，使我公司的产品质量和基础管理在20xx年的基础上进一步提高。

最后，百丽特执行总经理康先生对会议的召开给予了高度评价，并简要介绍了xx的市场环境以及百丽特空调的销售情况。同时，他要求大家紧密团结在以吴先生为核心的集团领导班子周围，按照我们的计划脚踏实地地工作，这样我们的目标才能实现。

这次会议的召开，不仅让全体干部职工明确了自己的工作重点和方向，也增强了他们在xx实现公司总体目标的信心和决心。

## 售后的工作计划及目标篇五

一、客户管理细化。确定并重点服务忠诚客户；随着辖区保有量的增加，将服务做细、做精，提高客户满意度，减少客户

流失特别是忠诚客户的流失显得尤为重要。在这一方面主要按以下几点开展工作：

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施；

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。

四、人员培训；随着车用新技术不断应用，更新换代周期缩短及客户期望值的提高，人员素质及战斗力须相应提普通高中一级年级个台阶，对培训工作提出了更高的要求。为此做出如下工作计划：

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sa注重产品基本知识和实操相结合，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，坚持只有团队利益化，才能确保个人利益化专营店组织培训及考核，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。

七、考核激励制度激励制度是专营店对于员工优良行为或者突出业绩的正面反馈，本质目的是为了能够通过激励强化员工对此类行为的认同并坚持下去，同时，也树立了一个其他员工学习的典范，潜在的号召所有员工去做出类似的行为。所以，在激励的过程中，关键的一项就是要保证考核标准的公平性和合理性，避免激励引发员工的不满行为，保证激励的行为是值得保持和提倡的。具体的激励办法，可以根据实际情况在物质和精神方面有选择的实施。

### 1. 物质激励

(1) 目标设定 (2) 考核标准 (3) 实施计划物质激励的特点：见效快，明确但持续的时间比较短。

### 2. 非物质激励计划

(1) 目标设定 (2) 考核标准 (3) 实施计划非物质激励的特点：实施起来比较麻烦，但对行为的强化持续时间较长。

## 八、岗位职责

岗位职责编制与优化关键岗位职责按照东风日产标准进行，各部门根据实际情况进行员工岗位职责的再确定。岗位与岗位之间职责衔接流畅、融洽;层次分明、贯穿各个部门，有利于部门的稳定，人员变动时的交接明确、清晰，做到责任到人。

## 售后的工作计划及目标篇六

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、围绕公司产销15万台的目标需要很好的服务支持，需要打造一支吃得了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。

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。

3、加强团队建设，提高服务人员整体素质，全面改善服务形象。

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。

6、认真贯彻执行公司方针，是售后工作的必须，对以往的成果要加以保持，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、服务过程记录等，实施内部培训。

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。

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。

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。

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。

随着新技术不断应用，产品更新换代周期缩短及客户期望值的提高，客户服务人员素质及战斗力须相应提高一个台阶，对培训工作提出了更高的要求。为此做出如下计划。

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。

坚持以公平、公正、公开为原则，坚持只有团队利益化，才能确保个人利益化，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。

## 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。