

最新电商客服工作规划 鞋业电商客服工作计划共(精选5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

电商客服工作规划篇一

时间飞逝，转眼间□x年已悄然结束了，在这一年的时间里，通过对电子务的认识，结合工作实际，对工作做如下总结：

2、在工作期间，对工作认识不够，特别是刚来的时候，完全缺乏主动能力，对鞋业行情缺乏了解和分析，再一个就是对工作的定位不足，逻辑能力欠缺。

4、为什么我们的商品没有形成销售：因为流程的问题不知道如何下手的情况有点多，包括错误与缺漏，还有当时的设计，考虑不到位，不知道开淘宝店还是淘宝商城，现在选择了开淘宝店，对我来说是一件好事也是一件烦事，开淘宝店的目的是为了以后开商城打个基础，但凭现在的控制力度显然是不够的，现在的工作距离不够精细化。

5、在阿里巴巴上，工作缺乏一个随时反省随时更新修改的过程，虽然工作回头看，但是缺少规律性，比如：在阿里巴巴上，很多功能都有修改更新的内容，就可以直接推广，以前却什么也不知道，只有发现，才能实现精细化。

鞋子要形成大规模销售，今年货也会很多，工作压力会比较大，要吃苦耐劳，勤勤恳垦，踏踏实实做好每一项工作，处理好每一个细节，努力提高自己的专业技能，尽快的得到进步。

今年我们要定一个鞋子销售的目标，淘宝上达到一个冠，年销售也就是xx件货，人件利润x元，年收入x万，但必需得开商城，而且至少两个淘宝店，还要有专业的设计人才，在成本方面，一定要达到月销售量，可免房租，尽可以有是在两个月内实现，这是我对今年公司的动营目标，虽然做起来压力大，但有压力才有动力，只有朝着这个目标走，有信念就一定会实现，我们一定能做好的，也一定会做到。

电商客服工作规划篇二

巧合的是，这次的活动正好赶上我们店铺5周年庆典，对我们来说，这是一个难得的机会，借此东风，我们也在店庆活动上面下了一些功夫。为了保证双12活动的顺利进行，在活动前一周我们所有活动货物入仓，所有打包物资采购完毕，参加活动产品的具体功能和信息让客服深度熟悉，保证做到顾客提出的相关产品问题对答如流。

12月7日，店铺重新装修完毕，我们利用了相互关联产品模式，努力把进入的流量不流失出去，参加活动商品详情页我们加入6个关联宝贝，然后6个关联宝贝又各自再关联12个不同的宝贝，如此一共可以关联到72个宝贝。店铺3条悬浮条分别加入不同的店铺分类页面，主打的产品加入主页各个活动区域，让买家能更多机会看到我们的不同类目的产品。

12月8日 公司开会考核所有客服的对活动产品的常识以及所有快捷回复的了解情况，物流人员和仓库人员开始准备如何打包产品，研究出打包同款产品最快速度的办法，以避免万一当天货物超售导致的物流打包跟不上问题，开完会后物流部门开始提前打包部分活动产品。

12月9日，我们将本来打算在双12当天开的5周年庆典晚宴，提前举行，特地购买了几瓶红酒，大家开怀痛饮。士气高涨，互相鼓励一定要更加努力，更要出色完成眼下的这次双12活动。第二天大家休息，只有养足精神了才可以更好的投入工

作。

12月10日，公司留1客服值班，1库房人员打包，其余所有人休息等待迎接双十二。

12月11日，白天依旧留1客服值班，物流人员全部待命开始打包活动商品，所有需要提前准备的物流材料，需要如何分配全部完毕。当日10点后所主力人员全部到位，公司当晚灯火通明，我们在群里等待朝歌最后的命令，朝歌在活动即将开始之前，给所有人再次核对宝贝情况以及一些必须关注的信息，所有的准备工作到此结束，大家随时准备迎接双12的到来。

12月12日上午，全公司所有人员都进入繁忙状态，公司客服区也堆满了打包物资和需要打包的产品。

12日晚10点的统计数据，我们惨遭各大强势卖家的围剿，掉出了前十。所有客服的心情大受影响，我们一直保持将旺旺群里面积极的消息截图反馈到公司的群里，不断激发客服的热情和信心，大家都表示有再次冲入前十的雄心。我们紧急召集美工对店面以及宝贝引流的优化，最后时刻我们再次冲入前十，证明了我们键鼠外设行业并不亚于输于任何人。最后一小时的销量是对我们为了12号辛苦了几天的所有同事最好的鼓励，我们所有付出的努力没有白费，再一次证明了我们在这个类目的地位。

12月12-13日全部物流人员加班加点打包，2位美工调用到物流帮忙打包，所有客服都照样在自己岗位做好售后服务以及正常接待买家，12-13日发走了大部分的货物。

14日凌晨2点打包完最后一个包裹，所有发货流程完毕。

本次活动的总结：

- 1、这次靠活动产品引流的优化手段非常有效果；
- 2、这次活动的效果远远优于聚划算活动，聚划算单品成交额高，这次利用全民疯抢的活动，我们销售出去了近20万其他的产品。
- 3、后续活动的安排继续跟进，这次准备还是有点仓促，有了这次的经验，下次一定更加充分。

电商客服工作规划篇三

职能部门，提升满意度的根本目的在于降低客户流失率，提升忠诚度，最终增加企业利润。随着中国汽车市场的持续发展，客户满意度水平与其他指标一起成为衡量企业竞争力的重要方面。

客户服务的功能，

一方面针对薄弱点提供反馈，并指导其改进，最后再对改进状况做评估和跟踪，另一方面要为厂商提供客户服务质量与满意度的状况。

2， 客服基础建设

1□7dc□3dc回访及相关各类报表仔细对每一个客户进行回访（新购车客户提车后7-10天内进行回访，维修客户3-5天内进行回访，并将回访记录以日报、周报、月报的形式进行总结分析，将需改善部分进行整改、跟踪，在回访过程中，针对各项服务内容要求顾客采取打分形式对我们的服务进行评分），客访专员在回访过程中要不断总结回访经验，并整理总结出切实可行的回访应对话术。

2) 客户关怀、生日、节日问候每到客户生日前2-7天内进行多种形式的生日祝贺；每逢新年、国庆、五一、中秋、情人

节等等节日进行多种形式的生日祝贺。

3) 保养、年审、续保等提醒在客户车辆需要保养、年审、续保时，在一周前以电话、短信等形式提醒顾客。

4) 客户档案管理（要求能按多种方式检索）一般情况下，对客户档案管理要求一车两档，即新车销售档案一车一档，维修档案一车一档（保修期外的客户档案可进行打包保存），各种档案必须要求项目、单据齐全，并且要求能按多种方式检索，比如：按日期、按车架号、按姓名、按车牌号等。

5) 客户信息统计分析、客户流失分析根据客户信息，进行统计分析，比如客户群体分析、客户购买结构分析、客户流失分析、客户忠诚度分析等各类分析，并就各种分析提出建设性意见。

7) 组织策划针对性的客户活动（如客户知识讲座、客户联谊会、自驾游等）客户服务的一个重要目标就是提高客户满意度，针对这一目标，做好c计划，以各种形式的活动（如客户知识讲座、客户联谊会、自驾游等）提高忠诚度，建立充分了解、充分信任的客户关系。

3， 客服流程规范与管理、投诉处理流程客服部门的工作必须专业、规范、协调，并以积极负责的态度来协助处理客户投诉。

主要工作流程：

7dc客户档案管理流程：

1、客户提车后，销售业代应及时将相关资料交销售部车业管理员，由车业管理员整理无误后于次日（即客户提车后第2日）将资料转交客服部；车业管理员必须将客户资料分类并将统计数据填入资料交接表单，做好交接手续。

3、客服部收到资料后，填写销售档案归档，及时录入“客户管理电子档案”，填写《客户回访管理表》并按系统提示客户id号对档案进行编号并存档。

客户档案管理流程：

1、客户维修保养后，售后前台应1个工作日内将相关资料交市场客服部；

2、完整的客户资料应包括：接车单、派工单、结算单、常规项目检查表；售后前台必须将客户资料分类并将统计数据填入资料交接表单，做好交接手续。

3、客服部收到资料后，填写售后档案归档，及时录入“客户管理电子档案”，填写《客户回访管理表》并按系统提示客户id号对档案进行编号并存档。

4、所有维修保养档案必须在1个工作日内交市场客服部，逾期者将在季效考核中给予扣分处理，如遇特殊情况需事前与市场客服部说明原因。

客户跟踪回访流程：

1、每天按客户提车时间查询出需要进行回访的客户名单，并对其一一进行回访；

电商客服工作规划篇四

商场如战场般的残酷又如逆水行舟不进则退，企业要发展，就要有领先对手的观念和措施。因此，企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地，就必须把商品品牌、服务品牌、企业品牌摆在重要的工作日程，提升、维护和发展，逐步形成金城知名而特有的“特色化服务”战略十分必要。所以一季度在兰州率先提倡并实施“特色化服务”，大打特打服务牌，

显示我们国芳百盛一种特有的服务品质和服务档次。

根据业态的不同提供不同的服务，超市——“无干扰服务”，一楼商品部至四楼商品部“品牌化服务、朋友式服务”五楼商品部——“朋友式服务”，六楼商品部——“技能式服务”，向社会表明，我们追求的是高质量、高品质的服务。达到超越顾客期待的、最完美的服务。

2、开展公司服务技能项目竞赛服务办承办了公司第六届运动会中的服务技能赛区，包括知识竞赛、情景实操模拟、全程消防演习、岗位应知即问即答，通过竞赛丰富员工的业余文化生活。以岗位练兵为目的、以寓教于乐为形式提升各岗位员工素质。以专业到位的素质要求全面升级公司员工服务意识及服务水平。展示公司的服务水平。（内容包括：国芳百盛发展史、企业文化基本知识，专业知识等）

3、相关政府部门联络与沟通。加强与省、市、区各消费者协会及主管工商所的联络与沟通，并与之保持良好的协作关系，及时掌握零售业发展动态，建立良好的商誉。

4、顾客投诉接待与处理，全面维护国芳百盛信誉。就年前前三季度在投诉中存在的问题及三级管理制度执行不到位，以及其他原因引起投诉升级的，第四季度我们将利用部门例会、领班沟通会等形式对楼层基层管理人员进行公司退换货规定、投诉处理技巧及精品案例分析培训（原因是因为现在大多数领班都新员工，急需加强培训），重点以规范自身接待形式、规范服务为主要工作目标，作到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、楼层接待及记录规范化，做到接待一起，处理完结一起，并时刻以顾客的满意度来衡量我们的管理水平，站在消费者的立场上考虑、处理问题，以此赢得更多回头客。因为现在的市场是“顾客的满意才是双赢”。

5、加强部门内部人员综合素质提升几，并对公司五大服务体

系进行完善。坚决执行董事长在四季度会议中提出的保持总店稳健发展。带动分店全面提升的指导思想，加强部门间的沟通，消除管理中存在的误区。现场检查不单纯是发现问题，而是针对出现的问题提出改进措施和方法，及时给部门以指导。第四季度服务办的内部培训内容为商品知识（毛织，保暖为主）、消法知识及卖场信息熟知度等方面的基础知识培训。培训手段采讨论的形式，使培训趣味化，生动化，将讨论出的结果，以书面形式下发分店部门，组织相关人员学习，达到三店同步提升的目的公司的五大服务体系人员管理、商品管理、环境管理、促销管理、顾客管理，其中人员管理的各项规定比较详尽，但其余四项管理的具体标准还比较空洞，所以在第四季度，我部结合当前具体情况对商品管理、环境管理、促销管理、顾客管理标准进行完善。

6、一线管理干部日常行为规范跟进。全力协助集团监管会在日常的工作中，对一线中层管理干部日常行为规范进行跟进，以公司服务为宗旨，以管理规范为目标，工作中坚持创新，现场管理工作中，发现问题及时上报主管领导。部门决不护短，严格执法、努力进取、以身作则、按章办事、团结协作、按时完成上级下达的各项工作任务。

在9月份下旬，本人在工作中情绪化，不能严格要求自己。在经过领导和同事的大力帮助下，及时调整了工作心态，改观目前不良现状，全心投入日常工作。用正确的态度对待工作。态度决定一切，真诚创造卓越。我和我的同事们将不断努力，打造国芳百盛“特色化服务”，以真情铸就服务！

电商客服工作规划篇五

(1) 组织货源;包括实物、数字，虚拟产品和无形服务。

(2) 订单处理;企业对企业的模式要对订单的反应，及时准确、专业、避免回订单处理不当的风险。

(4) 物流配送;就是企业能保证货物及时, 准确的到达对方手中

(5) 售后服务;b2b企业的售后服务要求很高, 很专业, 是整个服务的一个环节, 这些流程对于企业之间来讲任何一个环节都至关重要。

对于b2b□c2c□b2c这三者之间即有很多联系也有很多区别, 大致比较如下: