

认识倍教学反思 认识教学反思(模板9篇)

总结是把一定阶段内的有关情况分析研究，做出有指导性的经验方法以及结论的书面材料，它可以使我们更有效率，不妨坐下来好好写写总结吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

客服中心年度工作总结篇一

- 1、认真研究好公司下发商务政策，做好订货、进销存管理；
- 2、密切跟进厂方及公司市场推广；
- 3、通过实施品牌营销方案快速打开市场；
- 4、通过销售管理系列培训计划提升团队业务技能；
- 5、健全部门各项管理制度，规范部门运营平台。工作思路：

1、展厅现场5s管理

a□展厅布置温馨化以顾客为中心营造温馨舒适的销售环境□b□销售工具表格化统一印制合同、销售文件和dms系统使工作标准化、规范化□c□销售看板实时化动态实时管理销售团队目标达成和进度，激励销售人员开展销售竞赛。

2、展厅人员标准化管理

交车流程；

c□检查工作常态化对展厅人员的仪容仪表、接待流程等标准

化检查做到每日检查，每周抽查，长期坚持不懈才能督促人员的自觉意识，形成习惯。

3、销售人员管理

c□业务办理规范化报价签约流程、订单及变更流程、价格优惠申请流程、车辆交付流程、保险贷款上牌流程等标准化。

4、业务管理重点

a□数据分析科学化来店（电）量、试驾率、展厅成交率、户外展示成交比、销售顾

问个体生产力等；

机事件得到妥善处理；

1、总结前期管理不足，分析提出改进方案，不断提升管理能力；

2、以市场为中心，不断探索销售创新与服务差异化；

3、时刻关注公司总体运营kpi指标并持续改进；

4、完善各项管理制度和流程，推行销售部全员绩效考核体系；

5、建设高素质、高专业化销售团队。工作思路：

1、关注kpi运营指标，降低部门运营成本；

7、完善奖励机制和考核，奖勤罚懒，表彰先进，提倡团队协作精神；

1、对合作商进行考察、评估以合资的方式建立2-4个股份制

地区分销中心，使合作商与公司的利益紧密相连，简化繁琐的工作流程和可能出现的矛盾，达成一致的目标。

2、建立地区分销中心各分销中心具有整车销售、储运分流、配件配送、资金结算、信息反馈、服务支持、培训评估、以及市场管理与规范八大功能，通过各分销中心直接渗透到各辖区市场，从而更直接、准确、及时的了解市场的变化情况。分销中心统一向辖区内的代理商供货，代理商直接面向当地最终用户，不实施批发销售，代理商每月向所属分销中心预报下月的产品需求，分销中心向4s店销售部预报下月产品需求量，这种做法有利于促进代理商和分销中心对市场的分析和预测，对市场的变化能迅速的做出反应，也有利于价格的统一和运作的规范化管理，不易造成各代理商业务的重叠。

客服中心年度工作总结篇二

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、*委）、*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。

（五）、按照客服部职能，在做好外部营销拓展的同时，加强对各医院客服工作的监管，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；

（二）、部门组织建设：客服部组织构架，人员充实到位。

1、组架构图 2、职责分配：

医院客服部职责：

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；

2)、对内：负责客户满意度调查、俱乐部vip会员管理、客户信息管理、咨询管理；

1、编制及主要职责：见下表

（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：

（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

1) 劳务工合作定点医疗：营销组须与医院共同开发工厂劳务工定点医疗。

4) 义诊+文艺表演或放电影；此形式时间聚集人气，比较受社区欢迎；

5) 健康讲座：根据社区需组织专家开展健康讲座；

1) 营销理念：先做好服务、再做营销；

1) 医院周边医疗门诊、社康中心;

2) 医院特色专科的项目,是合作方不具备的。2、开发方式及途径:

1) 送病人来院手术、治疗费用,适当给予提成; 2) 专家会
义诊

3) 学术研讨、学术讲座、学术培训等形式。3、运作策略

1)、娱乐场所:如美容院、*、酒吧、休闲会所、洗浴城、
发廊等;

2)、药店、餐饮业、石油公司、教育系统等; 2开发方式及
途径:

1)、互利互惠式合作;

2)、帮助对方扩大声誉、客源的做法;

(六)、主题事件和活动策划,设,与政府联合开展爱心活
动,对贫困患者实行救助,倡导社区开展互动关心活动,建
立社会公益形象,为医院在公众号召力的位置上形成标杆地
位。主要以突现人文关怀、和谐健康、预防为主、防治结合
的思想。

内容可有:

1、关爱女性健康系列; 2、关爱健康关爱乙肝

内容仅供参考

客服中心年度工作总结篇三

1、要有好业绩就得加强产品知识和淘宝客服的学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把产品知识与淘宝客服技能相结合运用。

2、心理定位要好，明白自己的工作性质，对待客户的态度要好，具备良好的沟通能力，有一定的谈判能力。

3、要非常熟悉本店的宝贝，这样才能很好地跟顾客交流，回答顾客的问题。

4、勤快、细心，养成做笔记的习惯。

5、对网店的经营管理各个环节要清楚（宝贝编辑，下架，图片美化，店铺装修，物流等）。

6、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，节日可以送上祝福。

7、在拥有老客户的同时还要不断的通过各种渠道开发新客户。

1、要做事先做人，踏实做人踏实做事，对工作负责，每天进步一点点。

2、和同事有良好的`沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

3、执行力，增强按质按量地完成工作任务的能力。

4、养成勤于学习、善于思考的良好习惯。

5、自信也是非常重要的，拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

坚持大的方向不变，适当改变小的方向。

最后，计划固然好，但更重要的，在于其具体实践并取得成效。任何目标，只说不做到头来都会是一场空。然而，现实是未知多变的，写出的目标计划随时都可能遭遇问题，要求有清醒的头脑。其实，每个人心中都有一座山峰，雕刻着理想、信念、追求、抱负；每个人心中都有一片森林，承载着收获、芬芳、失意、磨砺。

一个人，若要获得成功，必须拿出勇气，付出努力、拼搏、奋斗。成功，不相信眼泪；成功，不相信颓废；成功不相信幻影，未来，要靠自己去打拼！

客服中心年度工作总结篇四

（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。

（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。

（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[x委] [x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。

（五）、按照客服部职能，在做好外部营销拓展的同时，加强对各医院客服工作的监管，配合医院不断提升客服内涵，提高来院客户满意度。

（一）、部门职能

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：

- 1)、负责参与医院客服工作模式规划；
- 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；

（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。

（一）、定期、规范开展市场调研：

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：

2) 、物料宣传

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。

（三）、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

2) 1000人以上的大型工厂、公司、工业园；

2、开发方式及途径；

1) 劳务工合作定点医疗：营销组须与医院共同开发工厂劳务工定点医疗。

2) 健教宣传栏：利用工厂现有宣传栏资源；由医院或医院投资建设的，我医院拥有所有权和使用权。

4) 义诊+文艺表演或放电影；此形式时间聚集人气，比较受社区欢迎；

5) 健康讲座：根据社区需组织专家开展健康讲座；

6) 特色项目营销：通过为员工提供特别优惠、签订让利协议、

开展学术营销：主要推动妇科知识项目开展。

7) 优惠提供健康体检；

3、运作策略

1) 营销理念：先做好服务、再做营销；

2) 在投入的基础上，须与合作方签订排他协议为佳；

(四)、拓展营销渠道之三，行业内互补式营销

1、合作对象

1) 医院周边医疗门诊、社康中心；

2) 医院特色专科的项目，是合作方不具备的。

2、开发方式及途径：

1) 送病人来院手术、治疗费用，适当给予提成；

2) 专家会义诊

3) 学术研讨、学术讲座、学术培训等形式。

3、运作策略

1) 首选与单位进行合作，次选与个人合作，尽量减少合作风险；

2) 技术指导+比例提成。

(五)、拓宽营销渠道之四，行业外的合作；

1合作对象

1)、娱乐场所：如美容院、酒吧、休闲会所、洗浴城、发廊等；

2)、药店、餐饮业、石油公司、教育系统等；

2开发方式及途径：

1)、发放“关爱卡”性知识手册、俱乐部会员资源共享；

2)、根据不同行业的特别另行策划；

3、运作策略

1)、互利互惠式合作；

2)、帮助对方扩大声誉、客源的做法；

(六)、主题事件和活动策划，设，与政府联合开展爱心活动，对贫困患者实行救助，倡导社区开展互动关心活动，建立社会公益形象，为医院在公众号召力的位置上形成标杆地位。主要以突现人文关怀、和谐健康、预防为主、防治结合的思想。

内容可有：

1、关爱女性健康系列；

2、关爱健康关爱乙肝；

3、共建和谐家园系列之一夕阳红关爱老年人；

4、共建和谐家园系列之一关爱青少年成长才艺大赛。

客服中心年度工作总结篇五

（一）、燃气办工作的重点放在伟业公司天然气安装和高压加气站的建设上，实现与市区新增中压管道对接天然气安装加大、加快施工进度，力争完成伟业加气站主体场站、基础房建、设施及配套工作。春荣公司计划每年分别建设4个乡镇进行安装，5年内计划开通20个以上乡镇□20xx年增加一个液化气站□20xx-20xx年计划增加一个汽车加气站。

（二）、抓好各项工程的安全工作，始终坚持“安全第一”、“安全重于泰山”的理念，认真抓好安全工作的责任和措施的落实，对造成安全责任事故和责任人绝不放过，在安全这个问题上绝不手软。做到一手抓生产，一手抓安全。在抓好安全生产的同时，还要加强和注重职工队伍建设，使之成为一支能应对任何突发事件，作风过硬，技术过硬能打胜仗的队伍。

（三）20xx6年伟业公司在开发区新建汽车加气站一座，包括cng加气站□lng加注站，预计20xx年上半年投产，届时日加气能力达到4万方一天，可以为出租车、私家车提供cng加气业务，也能为重型货车提供lng加气业务。加大居民用户安装力度。“十三五”期间计划安装居民用户五万户。在做好新建小区安装的同时重点做好老小区改造工作□20xx年、20xx年重点做好现代名城、二里坝小区、东方花园、红星花园、百星花园、富康花园小区的.天然气安装工程，预计“十三五”期间老小区安装3万户。加大燃气基础管网投入。“十三五”期间公司进一步加大基础管网投入，增加燃气管网覆盖率。新建湿地大道、古徐大道等重点路段的燃气管网，配合老小区改造新建燃气管网，预计“十三五”共计新建燃气中压管网80公里，庭院低压管网200公里，确保泗洪县城的燃气覆盖。

（四）完善燃气机构建设和队伍建设

目前虽然县编办给建筑业管理处增挂燃气管理办公室。设立：主任1名，副主任1名，办事员2名借用市政公司望能够尽快完善职能部门机构便于统一管理。

总之□20xx---年将随着经济发展的大好形势，经济发展的大好机遇，克服一切困难，为尽快解决泗洪县城区居民都能用上用好天然气，为共创一个和谐美好的社会，为泗洪县的经济建设贡献我们的一份力量。

客服中心年度工作总结篇六

2014年，医院以党的“十八大和十八届三中全会”精神为指导，以创建三级乙等中西医结合医院为契机，打造“学习型、和谐型、节约型、创新型”的新医院。医院客服中心的成立旨在有的放矢地为就医顾客提供更好的优质服务和人文关怀，使其在诊前、诊中、诊后得到更为完善、全面、高品质的一体化服务。为了更好的开展下一阶段工作，树立医院的品牌形象，根据医院总体规划，制定计划如下：

一、外树形象 扩展医院在公众中的知名度

1、深入各个临床和医技科室，收集各种医疗技术与服务信息，制作医院整体及相关科室宣传手册，把自身的优势资源、业务项目、服务手段等尽快传播出去，努力打造医院的专家品牌、科室品牌、技术品牌和服务品牌。

2、从每一个细节入手，营造医院内部医疗环境。将一些医院阶段性的活动宣传及时清除整理，推陈出新，让患者在第一时间了解医院的最新信息。

3、加强流程管理，进一步优化门诊工作流程。制订病人初复诊就诊流程及特约专家来院的接待流程，通过深入调研，改造胃肠镜服务流程，使外聘专家的价值达到最大化。定期召开临床、医技沟通会以改进服务流程提高服务质量。

4、“人造环境、环境造人”，如何在门诊推行“5s管理”，成立5s管理领导小组和督查小组，创造一个整洁、舒适的工作环境，从而提升员工的工作情绪，塑造医院的良好形象。

1、建立客户数据库，并做好维护与管理工。利用电话、信函□email□上门拜访等手段定期和客户交流信息，调查顾客对医院的满意度，收集顾客对医院的意见，发布医院的信息，使客户知道医院在关注他们，他们是医院的贵宾，从而提高客户的忠诚度。

2、做好客户回访工作，了解客户的需求，不断改进我们的工作。继续开展出院病人的“三访”（家访、信访、电话回访），做到每月有总结、有分析、有整改。

3、重新制订门诊、住院病人满意度调查表，改变传统的满意度调查方式，使满意度调查落到实处。定期召开公休座谈会，广泛听取“顾客”的意见和建议，进行分析整改，促进医院的可持续发展。

4、继续巩固社区医生联谊会成果，密切联系、定期回访、及时完善服务流程。全面提升医疗卫生单位形象，共同促进社会效益和经济效益。

5、组建出院病人家访服务团队，制定出院病人家访制度，进一步拓宽医院的宣传渠道，从而树立医院良好的形象，也使医疗服务从医院延伸到了社区及病人的家里，使护理工作的健康教育职能从院内走向院外，真正体现护理工作的整体性。

四、坚持“以病人为中心”的服务理念。