

2023年售后人员的工作计划和目标(通用5篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

售后人员的工作计划和目标篇一

xx年xx月xx日下午□xx“xx年售后质量申报暨xx年工作计划”会议在团体三楼申报厅隆重召开，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，技巧工艺部范强就xx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，让全体员工可以或许加倍清晰地感想感染和了解销往国外的机组所发生的质量问题，以便在往后的生产中加以避免和改进。

陈总在制造公司xx年的工作筹划中，首先对xx年的工作进行了简单的总结，一方面确定了xx年取得的造诣，同时也指出了工作中存在的不够。同时，环抱吴总“进步质量、低落本钱”的目标，明确xx年制造公司要重点做好的两项工作，一是从细处动手，采取综合步伐，进一步晋升产品质量。二是全方位开展降耗运动，低落产品制造本钱，分外是要作好板材、铜管、铝箔、制冷剂、气体、电线等物资的节制。

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：一是慎密跟踪售后和查验，确保产品质量问题获得有效、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，更好的包管产品质量；三是车间严格首件查验和“三检”制度，严把制造历程质量关；四是持续进行员工培训，赓续进步其技能，以技能包管产品质量。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、症结工种与一般工种培训有区别；五是细化质量责任制，加大稽核力度，铲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；七是学习国表里同行业名牌企业先进产品质量治理措施，晋升出口产品质量。依照自找问题，自我否定的措施，晋升程度。

xx年是治理晋升年，为晋升治理程度，陈总要求制造公司要树立和完善以下八项工作制度：

- 1、车间调整会制度；
- 2、车间质量阐发会制度；
- 3、车间技巧筹备会制度；
- 4、车间本钱费用阐发会制度；
- 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。

优秀的干部员工步队是企业成长的紧张包管。在人员培训和梯队扶植方面，陈总也作了具体的支配和布署，要求各部门要发明人、培养人，用大好人，做好员工的职业生涯筹划。

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，岂论何种工作、岂论事情大小，都要认真去做并且都要做好、做漂亮、做风雅，使我们公司产品质量和根基治理在xx年的根基上青云直上，更进一步。

最后贝莱特执行总司理康总对会议的召开给予了高度的评价，并对xx年市场情况和贝莱特空调的销路作了简单的介绍，同时要求人人只有慎密连合在以吴总为核心的团体领导班子周围，依照我们订定的计划扎实开展工作，我们的目标就必然可以或许实现。

这次会议的召开不仅使全体干部员工明确了工作重点和偏向，同时也加强了人人为实现xx年公司总目标的信心和决心。

售后人员的工作计划和目标篇二

1、作为与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20xx年产销15万台目标需要很好的服务支持，公司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以及最优化、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，增补月度工作总结、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、用户信息的管理：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、产品质量信息的管理：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、配件质量信息的管理：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，对接待客户要注重产品基本知识和实际操作相结合，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。

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。

售后人员的工作计划和目标篇三

报销售公司经理、销售经理，及通报给销售工程师。

根据需要，合同执行情况可反馈给顾客。

- 2、根据公司的营销政策建立核算总帐及明细帐目，按时登记明细帐目；
- 3、接、发、处理、保管一切商务来电来函及文件。对客户反馈的意见进行及时传递、处理。建立用户档案。
- 4、依据公司营销管理制度准确有效开展业务人员销售费用的会计核算、管理、服务，如出差费用的结算、报销、工资奖金的核算等工作。
- 5、每个月度对合同履行，资金回笼，业务费支出情况进行统计和上报；
- 6、按合同要求给制造商做好衔接工作；
- 7、根据合同编制应收帐款明细，并对应收帐款实施管理；
- 8、协助业务人员回款；提供应收帐款及其相关信息；
- 9、协助销售人员编写商务文档，编制投标文件。
- 10、按要求进行市场信息收集并每天提供信息简报，以邮件方式报销售公司经理
- 11、完成领导交给的其他任务。

内勤是公司运转的一个重要枢纽对公司内外的许多工作进行协调、沟通，做到上情下达。每天除了本职工作外，还经常有计划之外的事情需要临时处理，真正从课本中走到了现实中，从抽象的理论回到了多彩的实际生活。

售后人员的工作计划和目标篇四

转眼间，忙碌的20xx年就过去了，跟着时间的脚步，我们迎

来了全新的20xx年。

在新的一年里，作为公司的售后部门，要以全新的姿态来面对自己的工作，总的来说，有以下几个问题：

首先，提升售后解决问题的效率。在这之前，公司开会也讨论过多次，但总是有这样或那样的问题拉低售后工作效率，主要是配件不足，这其中包括配件申请困难或配件申请成功后厂家发放不及时。针对这个问题，接下来的一年，我们要对配件申请加大工作力度，想办法解决存在的问题，充实配件库存，确保能及时解决客户反应的问题。

其次，售后配件回收及返厂。配件回收返厂是我们工作中的一项重要内容，因为这牵扯到后续配件的申请发放。在市场竞争激烈的今天，生产厂家为控制成本，一些指定的核心部件要回收。我们在发放配件的同时，也要及时将厂家需要回收的配件返回厂家。目前存在个别客户配件返回不及时，而我们公司内部虽然也有一些针对配件返回的规定，但是因为种种原因，执行并不彻底，造成工作中很被动。

最后，配件库状况。现在公司的配件库可以说是脏、乱、差的典型，配件摆放乱，叠压严重；配件包装材料不规范，发给客户给客户留下不良印象。建议更换更大的配件库，统一配件包装材料，提升公司形象。

售后人员的工作计划和目标篇五

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。

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。

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高一个台阶，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。

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。

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。

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。

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。