

案场客服前台工作计划与目标 前台客服 工作计划(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。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

案场客服前台工作计划与目标篇一

1、礼貌、礼仪。

包括：怎样微笑、如何为客人提供服务、在服务中对客语言方面等。

2、团结。

前台人员也因和楼层人员共同合作、团结起来这样才有利于酒店的利益。

3、前台业务知识的培训。

主要是日常工作流程，前台的日常工作很繁琐，大致分为三方面，即位客人办理入住登记在客人住店期间为客人提供的一系列服务包括行李寄存，问询，最后是为客人办理核对信息并与客人交流。

4、语言方面。

在前台平时对客服务中禁止对客人使用本土方言，为什么呢？1、是对客人不尊重，2、是降低了个人素质和酒店带来了不好的影响，所以时刻运用普通话是工作中的基本要求。

5、对于本地的相关景点及最新信息的收集及掌握。

来酒店住宿的大部分客人都是来各个城市及国外的，这就要求我们不仅要对郑州旅游景点等有一定的掌握，还要我们对河南省多些景点的了解甚至各国各民族的一些风俗习惯有全面的了解，这些都是我们更好的为客人服务的前提。

案场客服前台工作计划与目标篇二

1、严格遵守公司的《职业规范》和各项管理规章制度。

2、为业主输入住手续、机动车辆出入证、巴士通及加密频道申请，并解答业主提出的`有关问题。

3、为客户办理装修手续，为装修人员办理临时出入证，向客户发放《装修管理规定》，同时解答有关装修问题，请维修服务人员对装修申请进行审批，并办理装修结束后的退款事宜。

4、代客户办理电话初装手续及各种电话服务项目。

5、为客户办理养犬证、暂住证。

6、代客户订阅报刊和杂志，同时负责报刊和杂志及信件接受和分发。

7、为客户代办房屋出租、出售及为发展商的空置房办理出租。

8、负责对客通知的印刷、分发和存档。

9、应客户要求，按照有关规定，为客户开具相关证明。

10、按规定认真完成每日工作记录。

11、随时解答客户提出的各种问题及咨询，遇问题及时向部门经理汇报。

12、完成部门经理及公司领导交予的其他工作。

案场客服前台工作计划与目标篇三

800呼叫中心客户服务部作为呼叫中心新成立的工作组，在大家的支持帮助及指正下，做出了一系列的成绩，也发现了一系列的问题。为了更好的开展下一阶段工作，平稳度过年后的销售断层，根据部门相关规定，制定计划如下：

以提高服务质量为宗旨，以客户满意度为标准。

顾名思义，作为客户服务部门，我们所做的一切都是为了满足客户的需求，也就是说我们所有的工作都应以客户为中心来开展。现代企业的竞争已经由产品竞争转变为服务竞争，谁的服务更到位谁的客户就更稳定，市场也更具发展潜力。因此，我们要树立一种大客户服务意识，并且以此来带动全部门员工，使我们的服务更具专业性、有效性、针对性与责任感，使得呼叫中心的全员服务意识得到体现。

在大客服意识指导下来看客服部的工作，可以将我们的主要工作目标分为两个阶段：短期目标和长期目标。

i.巩固并维护现有客户关系。

ii.发现新客户(潜在客户、潜在需求)。

1.通过电话和信函与老客户沟通，收集客户的反馈信息及了解客户最新的出游动向。

2.定期选择客户群，进行有针对性的上门回访及促销。

1. 在受理客户来电咨询时记录下客户的基本资料和咨询内容，列为我们的潜在客户，在适当的时机将其发展为既有客户。

2. 在接待来访客户时详细记录来访客户的基本资料及出游动向，提供新客户来源。

1. 丰富的专业知识。要服务好客户，必须精通业务知识，只有业务熟练的客服人员才能给客户以良好的第一印象，才能让客户放心。

2. 完备的客户资料。拥有了完备的客户资料可以让我们更清楚应该为谁服务。

3. 对客服工作清醒的认识及饱满的热情。

以上三点条件中，业务知识可以通过长期有针对性的培训进行不断的补充及更新，在这一点上，春秋的常规业务培训及区县部每周的例会都为客服部创造了良好的条件。而在客户资料方面，目前正在进行的62520000与800的绑定也为此带来了很大的便利。在理想模式中，今后的每个客户来电都将被记录并由咨询员输入该客户的相关信息，而这些资料一旦被汇总，就形成了一个巨大的客户资料库，拥有这样一个客户资料库对客服工作的开展具有非常重要的战略意义及推动作用。

而长期目标则涉及到对客服职能的定位：

客服部门是春秋的服务窗口，是直接接触客户的部门，但是客服部门又不等同于普通的门店或800咨询热线。客服部门承担着为客户服务的直接任务，服务的标准是什么？谁来制定？如何评估？（因为服务工作的不可量化性，因此客服工作的评估很难借助第三方实现）责任同样落到了客服部门本身。这就对客服部门提出了一个更高的要求，即：既要制定服务标准、规范、流程以及信息传递模式（这个标准是有针对性的，具体

的，可量化评估的)同时又肩负着监督检查，考核落实，评估改进的责任。

但是这中间又产生了一个矛盾，无法量化的服务如何来进行监督检查，考核落实，评估改进?这里就需要运用到iso质量认证体系。“以客户为关注焦点”是20xx版iso9000标准的精髓所在，这不正与我们客服工作的总之不谋而合吗?因此，将iso标准运用到客服工作中来是有必要的，而且只有通过一系列严格的相关质量规定及约束，来细分服务的标准和内容，才能以此来提高服务水平，并且参照相关规定来对服务水平进行监督检查，考核落实及评估改进。这样就解决了前面出现的矛盾问题。

1. 依托呼叫中心大环境，灵活运用客户资料库

首先客服部是在呼叫中心体制改革，前后台彻底分离的大背景下应运而生的，因此，客服部工作的开展同样依托于整个呼叫中心的大环境。而这次62520000与800电话的绑定无疑正是一个良好的契机。

前面提到的客户资料库是将来客服部工作围绕的中心。客服工作与数据是分不开的，作为客服部门而言，应当对这个客户资料库的情况了如指掌，熟悉每一位大客户以及有潜力成为大客户的对象，与之保持长期的联络及沟通，担当买卖双方之间信息交互的桥梁。具体的讲就是及时了解客户近期的出游动向并为其量身定制相关行程及报价，而在春秋有各类优惠活动时也应及时将这些信息传达到客户手中。

2. “走出去，请进来”

客户资料库对客服部的重要意义不言而喻，但是客服部的工作开展也不能仅仅依赖这个资料库，在适当的时候也应当“走出去，请进来”。所谓走出去，有两层含义：

第一，在淡季时积极进行网格化促销，提高春秋800呼叫中心的知晓度；

第二，在遇到有意向的客户时应当积极上门服务，毕竟面对面的交谈比通过电波传达的声音更有亲和力，也更容易显示我方的诚意，从而达到我们的最终目的：将客户“请进来”。

3. 适当的激励措施

客户服务部工作的开展离不开众多800咨询人员的鼎力支持，而对积极提供客户信息的咨询人员无疑应当进行适当的奖励。在这一点上，我们可以参考目前春航机票销售中采取的b2c奖励方法，即首次订单成功的客户记录为引导人的新客户，而该客户今后每次订票成功，该引导人都能够得到奖励。细化到我们呼叫中心，可以理解为：某咨询员提供一客户信息，经由客服人员操作后该客户购买了旅游产品出游，则该咨询员获得一定奖励，而若干月后该客户再次购买了我们的旅游产品，则该励咨询员可再次获得奖励。以此来激励咨询员提供更多的客户信息。

案场客服前台工作计划与目标篇四

作为一名xx物业的客服人员，在上一年度的工作中，我们在领导的教导和管理下积极的完成了自己的责任，并在服务和接待上大大的改进了自己的能力，取得了业主们的信任和满意。

经过了上一年的努力之后，我也从工作中收获了很多经验，自己的不足，工作中缺漏，以及在服务上的不周等等。这些都是我在上一年没能做全面的事情。

如今，新的一年已经到来!为能在这一年的工作中积极的发掘自己的能力，创新自己的工作。我吸收上一年来的经验和反思，对这一年工作任务做如下计划：

通过过去的经验，我深刻的认识到思想对我们工作的重要性。既然准备在工作上完善自己，那么思想上的改进就是必不可少的！

首先，我要改进自己的思想认识，作为一名xx物业的客服，首先就是认清自己的定位！作为xx公司的前台客服，我要面对的客户是业主，而我作为一名服务者，在面对业主的时候，应该更加热情、更加亲切。

其次，在自我的心态上也要进一步提升，要在工作中学习调整自己的状态。学会如何时刻保持着对工作的积极热情的态度，并更好的去面对自己的工作，去服务好业主们。

1. 加强自我管理，在工作中严谨的遵守服务规定，并积极将自己的服务做到位。

2. 学会观察，业主来物业一定是又事要办，所以要根据业主的情况判断事情的轻重缓急，换位思考，急业主之所急，帮助业主解决问题。

3. 服务要热情周到，及时业主还没有来到前台也要让业主感到自己无时无刻都在被关注，做好随时服务的准备。

1. 提高自己的专注力，对于业主的问题，业主的需要要认真听清楚，确定业主的问题，并给予正确的回答和帮助。

2. 做好互动工作。来我们前台的业主也多是老面孔，在服务空闲的时候，适当的接上客户的话，或是打声招呼能和业主也打好关系，方便今后的工作。

3. 做好回访工作。过去有很多工作，因为没能联系到业主结果就不了了之，但在今后，我要更严格的做好回访，保证能在工作后回访业主，了解业主的满意度，改进我们的工作。

转眼一年即将开始在，新的一年，我也要以全新的态度和要求来提升自己，让自己能在今后的工作上更加出色！

案场客服前台工作计划与目标篇五

1) 服从酒店的各项工作安排，认真完成酒店下发布置的工作任务。根据酒店要求标准，立足于自身条件，不断地加强前厅部各项硬软件服务项目，对于员工和服务，以五标准严格要求和培训，在软件服务上不断提高。本部将积极联系奥普公司，更改软件设置，完善服务功能。将进一步完善员工的行为准则和 workflow，同时在坚持标准化，程序化的同时，追求个性化、人性化、细微化服务。培养员工的酒店意识、服务意识、质量意识。进一步调动员工的服务热情，落实本部提出的“主动热情、高效准确、不厌其烦”服务三方针。重视业务培训，特别加强对会议团队和网络商务散客的接待的专题培训，适应酒店发展战略的需要，以优质服务赢得客户，为酒店的品牌建设，经营目标的完成发挥重要作用。

(2) 加大与酒店各部门之间的工作沟通协调，是酒店整体服务接待工作运行顺利的保证。前厅部是整个酒店的中枢部门，与酒店各部门都有着紧密的工作关系，酒店整体工作运转离不开各部门的协助配合，20年度，本部将重点加强与市场销售部、客房部、餐饮部、财务部等各大业务部门的协调沟通，保证信息传递准确，互通有无，资源共享。部门之间建立多种沟通渠道，保证沟通联系畅通。二、严抓部门日常管理工作，要求严格遵守酒店规章制度和操作规程，完善 workflow，保持前厅部对客服务质量。

(1) 计划制作操作程序，岗位职责，工作细则、 workflow 等规章制度，并在实际工作中要求部门全体员工严格遵守，严格贯彻执行，将对员工进行了培训和考核。采取管理人员负责制，做到人尽其职，明确了管理职责，给员工良好的工作指导，在很大程度上避免了工作失误和操作混乱，力求整体工作专业化、标准。对于违反纪律，责任心不强的员工，按

规定予以处罚，绝不姑息。做到有错必查，有错必纠，保证了前厅工作的纪律性和规范性。

(2) 计划通过规范部门考勤制度，礼貌礼仪、仪容仪表检查制度、班前集队检查制度，各分部各项工作流程检查制度，大堂副理检查制度等检查制度的实施，有效提高部门管理人员的督导能力，对员工的工作情况科学控制，从而达到事先预防的目的，使得员工的工作失误率逐步降低，部门日常管理工作不松懈，特别是针对员工接待礼貌礼仪，电话礼貌礼仪，员工仪容仪表等。

(3) 加强前厅部各分部之间的沟通协调，保持行动一致，努力提高工作执行能力。通过完善的例会制度，加强了各分部之间的联系，一些重大事件，新的工作程序的推行，及时向各分部传达，一些涉及到各分部配合协作的问题，现场组织各部立即协调解决，避免推诿，扯皮，各分部之间形成整体、团结协作的良好工作关系。

(1)、全年度将配合酒店经营战略，落实以会议为重点的经营方向，加大培训员工接待会议的能力和水平，努力提高自身素质，以适应新的工作要求，要求员工克服困难，不要抱怨，在现有的人员条件下，不等不靠，掌握和熟练运用成熟完善的接待会议程序和体系，不断完善工作流程和程序，本着一切为了客人满意的服务宗旨，加强与会务组及销售部之间的联系沟通，保证会议的顺利接待。

(2) 全年度将高度重视酒店网络客人的接待工作，充分做好接待的准备工作，全面考虑接待细节和预案，在接待中，前厅部将协调各方面的力量，从房间安排检查、用餐的安排、客人迎送等各项服务用心服务，仔细检查，合理安排，充分展示了酒店的形象，促进网络散客销售。

(1) 服务工作中一方面要求员工有过硬的服务技能，扩大知识面，提高服务效率，另一方面要求员工对待客人要象对待

朋友一样，要给予客人多一点主动，多一点热情，多一点帮助。真正使客人感觉到“宾至如归”。部门推行个性化服务，要求做客人没有想到的，尽量做到让客人满意加惊喜，促使员工在规范和标准化的基础上注重了细致服务和个性化的服务，充分将金钥匙服务理念灌输到员工服务中来。

(2) 客人意见是我们前进的动力，因此，部门将把重视客人意见和解决客人问题当做一项重要工作重点关注。部门注重对大堂副理进行了如何快速规范处理客人投诉、如何按规程处理各类突发事件的培训，并要求每一宗客人投诉都要认真做好记录，对具有典型性的问题做案例分析，并制订和更新应急预案和快速处理方案，规范对客解释口径，提高大堂副理解决问题的能力和效率，将在消除客人对酒店不良印象，挽留客源上作出贡献。另把对客沟通并征询客人意见，作为大堂副理的一项基本工作来进行操作，常抓不懈，要求保质保量的完成此项工作，为更好的了解和收集客人的有利信息。大堂副理每天例行对住客房进行拜访，对客人反馈的一些意见和建议积极予以采纳和解决，一方面可以为酒店经营管理提供宝贵意见，措施我们改进工作，另一方面也培养了大堂副理对客交流的能力。对于涉及到本部门的客人意见，不回避，不轻视，认真予以调查研究，从善如流，不断地完善本部工作。

四、将培养员工“开源节流、增收节支”意识，配合各销售业务部门努力为酒店创收，科学控制部门费用。

(1) 前厅部将根据市场情况，积极地推进散客房销售，把全员销售的意识传达到每位员工，培训销售技巧，对自来客、司机散客积极推销，加强对“会员卡”和“储值卡”的促销工作，同时对酒店温泉和厚宫等娱乐休闲和餐饮设施进行促销，并通过不断完善改进，以优质服务打动客人，吸引回头客。