

最新门诊在线客服工作计划(通用5篇)

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。相信许多人会觉得计划很难写？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

门诊在线客服工作计划篇一

参加了____主任的培训学习后，进一步学习电话岗位职责及熟悉各部工作流程，更进一步开展规范服务。

二、完善服务细节，把握服务重点

做到热情服务、耐心解答，对投诉事件做到件件有落实、事事有回音，严格执行“首问负责制”和“一站式”服务，让用户满意、认可我们的工作。

三、工作中相互联动，及时解决用户燃眉之急

电话客服接待员及时将问题上报，并主动与用户沟通，多次协调各相关部门前往现场查看、制定措施、化解矛盾，找原因想办法，尽快解决用户的各类用水困难，不让用户为用水产生麻烦。遇到不理解的用户，我也要都会耐心解释，宣传供水条例，讲解供水知识，将用户不理解的地方解释清楚，让他们的问题得到处理，尽量做到让用户满意。

门诊在线客服工作计划篇二

客服人员，我“把简单的事不简单”。工作中对待件事，遇到繁杂琐事，、努力的去做；当同事遇到需要替班时，能毫无怨言地放下休息，工作计划，坚决公司的安排，全身心的投入工作。

理论是行动的先导。电信基层客服人员，我体会到理论学习

是任务，是职责，更是境界。一年来我勤奋学习，努力理论，强化思维潜力，注重用理论，用实践来锻炼。

1、注重理论。在工作中用理论来解决实践，学习目的再于应用，以理论的，了和解决的潜力，了工作中的原则性、系统性、预见性和性。到公司三年来，我注重把理论转化为的科学思维方法，转化为对工作的把握，转化为工作的思路办法，新，解决新，走出新路子，克服因循守旧的思想，力戒“经验主义”，拓展思维。

2、注重克服的“惰”性。按制度，按计划理论学习。不把理论学习视为“软指标”和额外负担，自觉参加每季度的党课学习；是按的学习计划，个人自学，发扬“钉子”精神，挤学，工作与学习的矛盾，不因工作忙而忽视学习，不因任务重而放松学习。

在今后的工作中，我会发扬我在的工作，我会努力的工作，在工作中好和客户的关系，用的服务来解决客户的，让我用的服务来化解客户的难题。

工作，干一行爱一行，我的工作十分的热爱了，我会在今后的工作中的努力，为公司的发展的努力！

(一)、选好、选对作好活动的代理

4、强化前台服务，克服死板，防止客户流失。

5、重点考核区域加大开发力度，有效的发展用户，提升设备的使用率。

全体员工充分发挥团队精神，主抓销售，所有工作重心向提高销售倾斜，全面启动市场，全力完成销售任务。

(二)齐心协力，争创优质高效服务

随着**经营部各项业务的不断发展，以及市场竞争日趋激烈，服务水平已经成为争夺客户一个重要条件。所以上半年，我们一向把提高服务水平摆在一个重要地位。

加强了客户回访维系工作，对重点客户做到每周回访，五客户每月回访1~3次，其余每月持续电话回访，有必要再上门回访，较好地完成了市分公司下发的回访数据。根据实际状况，我们在元宵节还为三以上用户发放了元宵及小礼品。透过回访工作增强了与客户的感情联络，及时宣传联通公司的各项新政策，了解客户的新需求，从而不断改善我们的服务工作。在平时的工作中耐心受理客户的查询与投诉，赢得客户的好评。我们在不断的改善服务中，树立了联通公司的新形象。

作好离网用户挽留与维系：

- 1、由前台营业人员对来办理退网业务的用户进挽留。
- 2、对准离网用户进行及时的电话回访，根据实际状况对用户进行有针对性的挽留。
- 3、对不能挽留的用户经用户同意，并出具证明后，对其卡号进行二次销售，降低离网率。

门诊在线客服工作计划篇三

- (1)阿里旺旺需全天保持在线状态，夜间由值班人员手机在线
- (2)每天从上午8点开始，每间隔一小时重发20条(一口价)产品信息，下午17至18点之间重发所有未发的信息，这样做可以使产品在晚间有较好的展现，排名;过了18点以后，系统不再更新产品信息。
- (2)看店铺统计数据，研究访问量、转化率等数据有没有异常

(3) 查看产品排名，是否上升，是否有异常，对重点引流产品和关键词判断是否需要做针对性优化，无论是交易方面还是其他方面。

(4) 有没有新品可上，有没有爆款可以用来引流。

(5) 店铺装修和详情设计等，有没有需要修改的内容

(6) 该怎样用最少的投资转化成最大的推广效果

(7) 有没有新的销售渠道出现，分析是否可行

(8) 查看最新专场活动，合适的就报名参加

(9) 每日在社区中发布至少一条与产品或公司有关联的帖子，帖子内容不可复制，以原创与伪原创为主要内容，侧面宣传企业及产品。

目标板块：（哪些具体的位置）

(10) 积极回复询价信息并做好记录，不得延误（自动询盘和被动询盘）。

门诊在线客服工作计划篇四

一、服务质量差距模型分析[gap]

服务质量已经成为服务研究领域中的一个重点。许多其他的研究内容如顾客满意等都是建立在与服务质量有关的研究基础上的。顾客满意理论认为：顾客满意状态取决于顾客对服务的期望和顾客对服务的实际感知之间的差距，当顾客感知高于顾客期望时，顾客就会满意；反之，顾客则会不满意。美国服务营销学家parasuraman[zeithaml]berry为了研究顾客感知和顾客期望之间的差距的形成原因，提出了服务质量差距

分析模型“gap”（见图1）。

在该模型中,所谓“差异”是指“企业提供的服务”,“消费者等感受到的服务”和“消费者等对服务的期望”三者之间存在着“不完全一致”。这些差异既存在于企业内部,也存在于企业外部。

服务质量差距分析模型认为,服务质量有五个差距,这五个差距就是服务业的服务质量无法满足顾客需求或期望的原因,如果组织要让顾客的需求达到满意水准,就必须缩小这五个差距的差距。差距1是顾客期望与管理者感知之间的差距。差距2是管理者感知顾客期望与制定服务质量标准间的差距。差距3是服务质量标准和服务传递间的差距。差距4是实际传递的服务与外部沟通之间的差距。差距5是(模型的核心)顾客期望服务和感知的服务之间的差距。差距模型的核心是顾客期望服务和感知的服务之间的差距。企业需要弥合这一差距,以满足其顾客,并与之建立长远的友好关系。而弥合这一差距需要其他4个差距供应方的配合。差距模型2在缩小服务质量差距中起着至关重要的作用。因为它不仅能缩小服务质量的差距而且能提高企业内部运营、管理的效率,使得企业在激烈的市场竞争中保持持续的竞争优势。本文主要研究差距模型2服务质量及其弥合。

二、差距模型2服务质量及其弥合

质量标准差距产生的主要原因是企业高层领导者没有将服务质量问题列为企业的首要问题而导致服务计划工作出现问题。具体表现为:计划失误或计划程序有误;计划管理水平低下;组织目标不明确;服务质量计划缺乏高层管理者的有力支持等。

缩小差距2的途径主要有两个,即有效地开发和设计服务和建立顾客定义的服务标准。

1. 建立顾客定义的服务标准

服务的一个最重要的特点是其质量的标准并不取决于服务提供者一方, 顾客对服务质量的感知才是服务质量的最重要衡量标准。因此, 服务的标准应该以顾客作为出发点。Zeithaml认为, 建立顾客定义的服务标准包括9个步骤(见图2)。

若要缩小感知服务质量差距模型之差距2, 企业设立的标准就必须以顾客的需求和期望为基础, 而不能仅仅建立在企业内部目标上。企业要制定量化的标准, 对于那些有助于让顾客形成高品质服务印象的各种行为或行动, 都应设立相应的精确评估标准。

2. 开发和设计新服务

开发和设计新服务的最大障碍, 是不能在概念开发、产品开发和市场测试阶段描绘服务的样子。解决在设计 and 说明无形的服务过程中所遇困难的重要工具是服务蓝图的制定。

服务蓝图是描述企业整个服务流程, 以及相互关联的结构图。它通过分解服务组织系统和架构, 鉴别用户与服务人员以及服务体系内部的服务接触点, 在服务流程分析基础上研究服务传递的各方面, 准确地描绘服务全过程。最为重要的是顾客同服务人员的接触点在服务蓝图中被清晰地识别, 从而达到通过这些接触点来控制和改进服务质量的目的。以顾客去一家餐馆吃饭为例(见图3)。

(1) 顾客行为。此部分主要描述顾客在采购、消费和评价服务过程中所采取的步骤、所作的选择、所表现的行为, 以及它们之间的相互作用和关系。在顾客去餐馆吃饭的例子中, 顾客行为可能包括: 去吃饭的决策、打电话预订座位、到达餐馆、确认身份、点菜、吃饭、结算和离开餐馆等。

(2) 前台接触员工行为。服务体系中直接向用户提供服务, 并

可以被用户看得见的员工行为。在顾客去餐馆吃饭的例子中,顾客看得见的前台员工行为是餐馆门口的礼仪欢迎、确认顾客、将顾客带到预定位置、询问顾客点菜、顾客用餐中的服务、结账、找零、给票、顾客离开时的检查、告别。

(3)后台接触员工行为。发生在服务体系的后台、用户看不见的员工行为,主要为前台服务员工提供技术、知识等保障服务,必要时也为用户直接提供服务。在顾客去餐馆吃饭的例子中餐馆电话接线人员的服务、厨师准备可口的饭菜就属于后台员工行为。

(4)支持过程。涵盖了所有保障服务体系正常运行的辅助工作,主要是指那些与提供服务相关,但属于服务体系本身不可控的外部相关部门的行为。如对餐厅位置的规划以保证顾客最短的等待时间、餐桌的清洁、对服务员的培训等,都将出现在蓝图的这一区域。隔开上述4个行动领域的3条水平线称为“服务作用线”。最上面一条称为“外部作用线”,用于区分用户活动和服务体系内部员工活动,代表了用户与服务体系之间的直接相互作用,一旦有垂直线与其相交,则产生一个直接影响服务质量的接触点。中间一条水平线称为“可见线”,它把所有用户看得见的服务活动与看不见的活动分隔开来,与该线垂直相交的环节属于影响前台服务员工服务效率和服务水平的质量点。第三条水平线是“外部协调线”,用于区分服务体系与外部相关部门的活动。

三、结语

服务质量是服务研究领域中的一个重点,本文结合服务质量的gap模型,对gap模型的差距2及其弥合进行了探讨,目的是通过缩小感知服务质量差距模型之差距2,进而对整个服务质量有提高。

参考文献:

[1]梁文宾陈通卢丽:基于qfd的服务质量改进方法. 中国农机化, 2007

[2]魏想明:服务质量差距分析及改进对策. 经济师, 2005, 4

门诊在线客服工作计划篇五

xxxx年新的一年，对刚成立二年多的xx电气设备有限公司xx分公司来讲，是一个布满挑战、机遇与压力并存的一年，在这二年时间里，由于上级领导的悉心栽培和全员支持与配合下，客户服务各项工作已逐渐完善。为了能够尽快赢得客户的认可，上风于其他厂商，提升公司在客户心中的服务形象，特制定20xx年工作计划，以下：

(二)转变服务观念，把“要我服务”改变成“我要服务”。认真学习公司与品质有关各种体系流程和业务流程，以便随时应付客户提出的关于品质方面的各种题目，带着“多学习，多沟通，积极主动”的态度，深进到质量投诉的接收、与客户沟通、客户投诉的立即处理等各个工作中往，同时为客户提供质量三包处理(包修、包换、包退)

(三)增强责任感、增强服务意识，团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处，减少服务时效，当接收到客户质量投诉，应立即处理，减少客户因我司质量题目，产生的抱怨感，尽可能减少没必要要的损失，为顾客和公司带来更大的利益，同时务必在三天之内封闭客户的质量投诉题目。时刻坚持不懂就问，不明白就多学的态度，与同事多合作，与领导多汇报工作情况，来更好的完本钱职工作，同时也增强团队合作能力，来更好的服务于客户。

(四)每次接收到的客户投诉按客户质量投诉处理规定，应即时反应给相干的制作部分(责任部分)，同时并填写客户投诉处理报告，针对质量投诉，制定纠正预防措施。每周对客户投诉情况进行统计分析，以便于更好的统计出质量题目的所

在。每月月底将客户投诉以月报情势上报给上级领导，并送相干部分。

以上，是我对xxxx年客服工作的计划，可能还有很多不清楚，不明白的地方，

希看

领导、同事们多多给予支持与帮助。展看xxxx年，我会更加努力、认真负责的往对待本岗位工作，也力争为公司赢取更多利润，建立公司在客户心目中光辉形象。