

最新服务类的论文 客户服务论文(精选5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

服务类的论文篇一

编辑：

昨天下午我去过贵公司应聘地点，但被保安大哥问住说有预约吗？看来业务代表这真的是一分小弟值得争取的工作，我亲哥哥也是做业务的，他也亲口给我说这是一份每个人都必须经历的工作。我高中毕业，算不上有学问的人，去年的一年里都在台州市做一个小本生意，是绿色蔬菜销售，说白了就是（在菜市场里卖菜），呵呵，但我觉得这多多少少和这个工作有点相同，都要直接面对客户，拉住新顾客，维持老生意顾客，增加自己售量。于是我也从一年的卖菜经历中学到丰富的顾客沟通经验，明白客户的重要性，和如何尊重客户。说实在，在卖菜生意刚开始的前几个月里，我几乎没赚到一点钱，经过一定时间的自我分析，不久便看到了利润。于是，我坚信，通过短时间的学习我定能完全胜任这份工作。

也有朋友说，业务代表其实就是一份跑腿的活，我可不这样认为，是他太愚了。每当我看到你们这个招聘信息我就心跳，就像遇到的暗恋许久的人。怎么说呢，不好说。唉！我也有缺点，比如，老和女朋友吵架，也自我批评一年了，可能怪她脾气也不好吧。

致辞

服务类的论文篇二

20xx年中心针对新的管理的模式，不断调整和适应新的营销形势，引导职工在端正思想和规范工作思路的同时，树立信心，在工作管理和经营管理方面取得新的进步。一年来，中心各项经营指标在全体员工不懈的努力下都得到了完成。

下面从几个方面阐述今年的工作。

一、经营工作

1—10份经营指标：

售电量：22167.17万kwh（其中有损，12622.02，无损，4280.87，工业园，5264.28）；线损率：4.49%；售电均价：有损634.02元/kkwh（无损713.05元/kkwh）

（一）电费回收。

电费的回收是落实经营目标的终极目的，保证当月电费的回收到位是衡量我们工作的重要的砝码。当月未应收电费全部结零。

（二）增供扩容。

保持锐志进取，努力拓展电力营销业务，多渠道、全方位服务电力市场，是增供扩销的必由之策（xx年中心的供、售电量较之以往增大许多。当年新增专变用户60户，容量kva）

（三）线损。

线损是保障各项经济指标完成的重要参数，设备、人员管理制度上的完善措施又是保障和控制这一重要参数得以实现的重要手段（xx年填补亏空后综合线损率顺利完成公司下达的年

度指标，8.1%。

（四）用电普查与反窃电管理。

用电普查的目的是理顺和掌握辖区内各类用电户的情况，并及时纠正用电不规范行为和规范用电秩序。定期或不定期对辖区内不同的用电性质的单位和个体分类巡视检查。今年结合公司布置的自查自纠和低压集抄工作，对辖区内所有低压进行了普查，近40000户。对专用用户的计量装置全面清理和核实，建立真实、准确的资料档案。这次按照公司要求，再次对所有专变终端进行清理登记。

（五）工程资料及基础资料。

低压集抄全覆盖，中心是第一个实施的供电单位。因此，基础资料的翔实准确是保证该系统初始化的重要依据。低压配变台区图的绘制和修正工作在本月底无条件执行完成。分管主任和营业班专责负责监督工程全过程。截至目前为止，已完成39000户，266个台区。

（六）优质服务与行风建设。

客户中心是一个服务性很强的窗口，服务质量的好坏，关系到广大群众的切身利益，关系到公司的形象。对客户任何投诉都高度重视。中心的工作人员在任何时间内接到投诉后必须记录清楚，一一给予回复。不得以任何理由搪塞、敷衍而引起客户的二次投诉□20xx年基本完成工作目标。

二、安全生产工作

1、线路巡视：中心每月按期安排巡视，1—10月共发现线路设备缺陷1031项，安排检修237项，处缺率23%。

2、工作票□20xx年1—10月份共执行工作票415张，其中抢修

单232张。中心将工作票合格率和签发人进行联责考核，有效提高工作票合格率。1—10月工作票合格率98%。

3、安全稽查与考核：从工作票来看，中心检修和抢修工作量较大，工作现场较多。1—10月份工作票415张，稽查现场149次，稽查到位率35%，稽查考核9次。

4、安全教育与安全培训：中心每月都按照要求组织开展安全日活动。1—10月份中心共组织开展安全日活动10次，班组自行组织开展安全日活动86次。从数量来看，班组安全日活动次数虽达到要求，但活动内容不丰富，质量较差。

5、电力设施保护：1—10月份共发生外力破坏事故5起，上报违章建筑59起，安装警示牌158处，联系护线员7次，发放宣传资料8次。从中心目前电力设施保护工作来看，还未达到公司要求。从安装警示牌、联系护线员、发放宣传资料等工作开展的次数足以说明问题。

6、工器具管理：中心已按照标准要求将工器具统一集中管理，但1—10月份共损坏和遗失安全工具95件（单件）、施工工器具24件。遗失和损坏的主要原因是大型施工期间客货混装造成拉地棒、绝缘棒等工具损坏；其次是夜间施工和抢修期间造成部分小型工具遗失。

7、技术监督工作：1—10月份输配电线路共开展技术监督工作31次。完成台区预防性实验42台；公变负荷测试128台；红外测温117次（处）；测负荷237台次。1—10月份共投运新变压器23台。

服务类的论文篇三

尊敬的先生/女士：

感谢您对xx的信任和支持。正是缘于千万象您一样客户的大

力支持和深厚信任□xx保险才取得了今天的业绩和辉煌！

一张保单，一诺千金。在未来的日子里，您的需要及您全家人的幸福将是我们服务追求，衷心祝愿：在人生的途中□xx永远伴随您。

本人是您的保险代理人。“客户至上，服务至上”是我从业的最高操守，是我毕生追求的目标！今后在对您的服务中我将竭力做到：

- 1， 需要服务时保证你能及时联系我，我的联系方式：
- 2， 如果我的联系方式发生变化，保证及通知您。
- 3， 如果公司有最新资讯或新险种推出，我保证你将是最有权利了解的人。
- 4， 如果您因疏忽未能按时缴纳保费，或您通讯方式发生变化时，请及时联系我，我将为您提供相应服务。

全国客户服务专线：

请相信，从现在开始□xx将长伴您左右

敬祝

全家xx万事如意

敬上

服务类的论文篇四

服务理念，一切为了客户，为了客户一切，为了一切客户。

为你所想为你所乐为我人生创造辉煌。

以人为本以客为尊卓越服务

保证服务品质，满足客户需求

以客为尊卓越服务力争第一

以服务为基础，以质量为生存，以科技求发展。

以人为本以客为尊团结友爱共同发展

以诚相待，超越客户的需求；全心服务，为客户提供更多。

微笑挂在脸上，服务记在心里。

11. 的始终满意是我的执着追求。

12你使用放心我们努力用心

13你只管用剩下的我们来解决

14. 的需要就是我们的任务

15您使用放心，我们努力用心。

16努力用心，为您服务。

17售后服务是产品的最后一道质量关

18. 了你更好的使用我们在不懈努力

19. 了您的使用，我们不懈努力。

20. ，我们会做得更好。

服务理念口号

市场是企业的方向,质量是企业的生命

市场是海,企业是船,质量是帆,人是舵手

顾客是我们的上帝,品质是上帝的需求

我们的策略是:以质量取胜

市场竞争不同情弱者,不创新突破只有出局

争取一个客户不容易,失去一个客户很简单

提高售后服务质量,提升客户满意程度

抱怨事件速处理,客户满意又欢喜

不绷紧质量的弦,弹不了市场的调

制造须靠低成本,竞争依赖高品质

客户想到的我们要做到,客户没有想到的我们也要做到

重视合同,确保质量:准时交付,严守承诺

产品的品牌就是品质的象征.

服务类的论文篇五

客户服务是公司形象的第一线,也是值入客户中心最深的印象,因些有效地经营与管理,不但可以协助第一线工作人员提供完善的服务,更有助于公司达成策略目标。客户服务代表了一种先进的公司经营理念,它主张“以客户为中心”,为客户提供全面的服务,同时,客户服务应实现客户信息的

集中管理，提供流程监控、业务统计和统计分析等工作。因此，建立一种最优组合的专业化客户服务管理体系已经变得越来越重要。根据部门相关规定，制定计划如下：

一、明确指导思想

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要，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，并且以此来带动全体员工，使我们的服务更具专业性、有效性、针对性、及时性与责任感，使得呼叫人员服务意识得到体现。

二、制定工作计划目标

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。

首先是短期目标：

1、巩固并维护现有客户关系。

a□通过电话与老客户沟通，收集客户的反馈信息及了解客户最新的出游动向□b□定期选择客户群，进行有针对性服务，包括固定目标和及时性。固定目标是我们每个时间段（比如一个月）固定要回访多少客户，特别是优质客户，要定期联系的。即时性是，客户突然有问题要反映，那就马上办理，当然我们要计划好资源安排，不然应对突发问题时没人及时解决。

2、发现新客户（潜在客户、潜在需求）。

a□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。

b□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。

要完成以上工作肯定要有必备的条件，目前阶段客服工作应具备的条件包括：

1、丰富的专业知识。要服务好客户，必须精通产品知识，只有产品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。

而长期目标则涉及到对客服职能的定位：

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。

作为企业客户服务职能部门，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。随着中国药业市场的持续发展，客户满意度水平与其他指标一起成为衡量企业竞争力的主要方向。

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。另一方面要为客户提供服务质量与满意度的状况。

三、具体操作方法

1、依托招商部大环境，灵活运用客户资料库

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，而在淡旺季有各类优惠活动时也应及时将这些信息传达到客户手中，同时应在各种节假日给客户送上温馨的问候与祝福。

2、“走出去，请进来”

在遇到有意向的客户时（指比较近的客户）应当积极上门服务，毕竟面对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、适当的激烈措施（除招商部工作人员）

客户服务部工作的开展离不开众多工作人员的鼎力支持，而对积极提供新客户信息的工作人员无疑应当进行适当的奖励。在这一点上，我们可以相互商量再决定。细化到我们客服部，可以理解为：某工作人员提供一客户信息，经由客服人员操作后该客户订购的产品，则该工作人员获得相应的提成奖励，而若干日后该客户再次购买了我们的产品，则该奖励应由客服人员获得。以此来激励各工作人员提供更多的客户信息。