

最新售后心得体会 售后培训心得体会(大全10篇)

当在某些事情上我们有很深的体会时，就很有必要写一篇心得体会，通过写心得体会，可以帮助我们总结积累经验。好的心得体会对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇心得体会接下来我就给大家介绍一下如何才能写好一篇心得体会吧，我们一起来看看吧。

售后心得体会篇一

6月14日至24日，我有幸赴广州华南理工大学参加了中小学新常态下教育管理能力提升研修班的学习，虽然只有短短10天时间，但是经过这几天的听课学习与交流，让我受益匪浅，感受颇深！此次培训的主题是中小学校级领导新常态下教育管理能力提升研修班培训，内容涵盖学校特色与品牌建设发展、领导干部形象塑造与公务礼仪、媒体应对与新闻发布现场模拟、逻辑与思维变革、学校安全事故责任界定与处置、学校常见法律纠纷预防及应对、教育理念变革与国际视野、校长的心理成长与管理智慧、传统文化的现代价值等。同时，为了实现理论与实践相结合的目的，我们还参观了华南理工大学附属实验小学和广州大学城，重点了解其校园文化建设、课程改革与素质教育、学校管理、“交互式电子白板课”教学模式学习等内容。最后，大家进行了分组讨论与交流。

同事相处、与学生、家长相处的技巧。

张庆园老师的《媒体应对与新闻发布现场模拟》这节课，虽然没有太多的理论知识，但是确实让我们参与到了实践当中，让我们真正体验了一次新闻发布会现场的气氛。我们共分成了三个组，分别是a校领导组、b校领导组和记者组，分别就学校发生的两起事故进行了新闻发布现场模拟，为此，我们提前进行了准备工作。作为校方领导层，我们也会遇到这样的

问题，在遇到类似情况时要认真对待，在回答记者尖锐问题提问时更要冷静，张老师也给我们讲了一些有技巧性的回答问题的方法，不管是哪一方，都要机智应对。

夏正林老师讲的《逻辑与思维的变革》非常深奥，他说无论是思维还是人生，都需要平等和宽容。他提出，每一个由我们表述出来的事实都是经过思维的加工的，因此我们所认知的事实都是有缺陷的。既然有着缺陷的存在，便应该用一种平等与宽容的态度去看待所有的事实。不能因为自己的思维就想当然地认为一些事情是错误的，或许在别人眼里，你才是错误的那一个。夏老师所阐述的思想中有着一些哲学的意味，或许我不能很快地明白和理解他所想要分享的东西。但真正的分享应当是经过漫长的思考和领悟，或许许久以后，我才能够对夏老师的思想有所顿悟。

建立安全制度，采取措施保障未成年人的人身安全，每位教师应做好安全教育和安全防范，多关注学生在校活动，同时也应具有一定的法律知识，及时正确处理校园意外伤害事故。

本次培训，还有一些专家老师就学校教育与管理等问题进行了讲解和交流。总之，通过这次的学习，使我开拓了眼界，增强了服务大众的意识，让我受益匪浅。

售后心得体会篇二

第一段：引言（120字）

售前售后服务是商家与消费者之间沟通的重要环节，它直接影响着客户对商品或服务的满意度。在我过去的工作经验中，我深刻体会到了优质的售前售后服务对于企业的重要性。在这篇文章中，我将分享我在售前售后工作中的心得体会，以期对商家提供有益启示。

第二段：售前服务体会（240字）

在售前服务中，第一印象至关重要。当客户走进店铺或联系客服时，我们必须表现出激情和专业。首先，我们应该尽量站在客户的角度思考问题，主动为客户提供解决方案。其次，我们需要积极主动地与客户互动，耐心倾听他们的需求，并为他们提供专业的建议。最后，我们要不断提升自己的产品知识和技巧，以便能够更好地回答客户的疑问。通过这些努力，我们可以建立起信任和良好的关系，为售出商品打下坚实的基础。

第三段：售后服务体会（240字）

售后服务是客户购买商品后的重要保障。在售后服务中，我们应该始终保持耐心和友好。首先，我们要及时回应客户的反馈和投诉，并积极主动地解决问题。无论是产品质量问题还是其他售后服务的需求，我们都要尽力满足客户的要求。其次，我们要保持沟通的畅通，及时提供信息和解决方案。不论是电话、邮件还是在线聊天，我们都要确保客户能够随时联系到我们。最后，我们应该主动收集客户的反馈和建议，以便改进我们的产品和服务，提供更好的用户体验。

第四段：售前售后服务的重要性（240字）

售前售后服务不仅仅是一种业务，更是树立企业形象和品牌价值的重要手段。通过优质的售前服务，我们可以吸引更多的潜在客户，建立起一种信任和亲近感，使他们更倾向于购买我们的产品或服务。而通过高效的售后服务，我们可以保持老客户的忠诚度，实现再次购买和口碑传播。此外，良好的售前售后服务也是企业竞争力的体现，它可以使我们在激烈的市场竞争中脱颖而出，赢得持续的发展。

第五段：总结（360字）

总而言之，在售前售后服务中，我们应该注重顾客体验，为客户提供更好的服务。优质的售前服务可以吸引潜在客户，

树立起正面形象；高效的售后服务可以保持老客户忠诚度，增加用户黏性，推动复购和推荐。对于商家来说，售前售后服务不仅仅是一种义务，更是一种机会。通过不断改进和优化服务流程，我们可以不断提升自己的竞争力，赢得客户的信任和赞誉。售前售后的成功需要全体员工的共同努力，只有通过团队合作，才能真正实现优质的售前售后服务。

以上是我在过去工作中对售前售后服务的心得体会。只有不断学习和改进，我们才能在这个竞争激烈的市场中立于不败之地。希望这些心得能够对商家提供一些有益的启示，使他们能够提供更好的售前售后服务，赢得客户的满意和忠诚。

售后心得体会篇三

20__年对于个人来说是意义非同寻常的一年，抉择的一年。究其原因体现在两个方面，一是告别了熟悉而又充满感情的__工作，难舍之情溢于言表；二是回到家乡__，来到了__电工集团工作，来到了一个和谐团结的售后服务团队工作，这个更加充满激情与挑战的新工作岗位将成为我今后一段时间的工作平台。

一年来，觉得自己是非常幸运的，得到这么多领导和同事的帮助。特别是领导能够很好的体谅我们现场的情况，切合实际的安排，减少我们不必要的压力使得工作心情能够平稳舒畅，部门同事好比一家人，在工作上我们相互协作、相互配合、取长补短，目的很简单——就是为了技术得以提高，更好的服务客户，解决棘手的问题，维护公司的形象。

回顾20__年，本人从以下几个方面将个人工作总结呈现如下：

一、回首成长路 难舍往日工作团队

回首20__年的__的工作，兴奋与激动的同时，大城市的机遇

和挑战给了自己人生未来的很多考虑与思索。此时此刻更多的是难舍，在去与留的抉择面前，自己考虑了很久，留在___可以继续以往的工作，做名高级生技员，办公室安逸和清闲的工作，同时可以接受很好的世界级大公司的培训；离开公司，一个新的工作环境，很多事情都是未知。当时，想到了《谁动了我的奶酪》里面的故事，人生只有勇于尝试改变和突破才会更加精彩。因此，我选择了到一个新的工作环境去历练和学习。

二、融入新环境 重新定位工作角色

从__回到__工作，来到了__集团售后服务部工作，但是工作的对象，方法确是大有不同。在刚开始的那段时间的确不太适应，但通过领导和帮助与引导，透过同事的关心与照顾，这种不适应的心理很快就消失了。但与心理上较快适应相比，工作方式和方法的适应相对慢一些。像以前的工作，很多事情都很固定和轻松，在工作程序和方法上都比较简单，但是现在要处理的现场实际问题，很多时候不仅棘手而且多是和其他公司或是甲方交流，客户的不满情绪也给工作的顺利进行带来了一些不利的影响。对于过程和方法是否得当考虑的不够周到与全面也要做充分的考虑和记录，通过时间和现场经验的积累来提高自己的处理问题的能力。在现场问题上也要和客户做充分有效的沟通，防止不愉快的事情发生，使得现场问题能够及时处理的同时，也能维护好客户关系。

新的工作岗位和角色，给予我了很多挑战，同时每一次特殊的服务案例都给予我了一次学习和提升自我的机遇。

三、不断进步，时刻更新，把自己的本职工作做好

每个现场处理完成以后，我都养成了好的习惯，把每次的工作过程记录下路和现场的调试过程及其问题的处理过程，这样自己的水平提升的很快。技术本身就是一个漫长的积累过程，同时也要不断的学习先进的新技术来武装自己的头脑。

由于工作性质的需要，养成良好的个人工作记录习惯，通过漫长的时间积累将来会成为一笔可观的财富。通过近一年的工作和积累，公司的相关产品现在都可以独立处理了，这里面有很多是公司培养促使自己可以尽早的独立，并产生经济效益。

四. 结束语

回顾即将过去的一年工作，虽然取得了不少的成绩，但我仍感自己有不少不足之处：

- 1、只是满足自身任务的完成，工作开拓不够大胆等；
- 2、业务素质提高不够快速，对新业务知识仍然学习得不够多，不够透彻；
- 3、本职工作与其他同事相比还有差距，创新意识不强。

在以后的工作中，请大家给予我监督与建议，我将努力改进自己的不足，争取获得更好的成绩以上是我个人20__年度工作总结，俗话说：“点点滴滴，造就不凡”，在以后的工作中，不管在外工作是枯燥的还是多彩多姿的，我都要不断积累经验，与各位同事一起共同努力，勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高文化素质和各种工作技能，为了单位的发展做出最大的贡献。

售后心得体会篇四

售后服务对于企业来说是至关重要的一环，售后反馈则是检验销售服务质量的重要指标之一。在工作中的售后反馈中，我深刻体会到了它的重要性、细致入微的工作态度、高效的协调能力、耐心与责任感等。以下将从这几个方面展开阐述。

首先，售后反馈对于企业来说非常重要。随着市场竞争的加

剧，消费者对产品与服务的要求越来越高，而售后服务则是满足消费者需求的重要一环。通过售后反馈，企业能够了解到消费者对产品的使用情况、产品问题的发生及处理方式等重要信息。这些信息可以为企业改进产品质量、完善售后服务、提升用户体验提供宝贵的参考依据。因此，售后反馈不仅是企业了解市场、优化产品和服务的重要渠道，也是企业提高用户满意度、树立企业形象的重要机会。

其次，售后反馈需要细致入微的工作态度。在进行售后反馈工作中，我充分体会到了细致入微的工作态度对于售后反馈的重要性。每一个消费者的问题都需要认真对待，对于每个问题都需要进行逐一记录、归纳和整理。在这个过程中，我始终保持积极向上的工作态度，把对每个消费者的问题都当成一次能力的挑战。只有这样，才能对问题进行全面的分析、寻找解决办法，并最终满足消费者的需求。

第三，售后反馈需要高效的协调能力。在实际的工作中，我发现售后反馈工作往往涉及到多个环节和多个部门，因此，协调各方的合作关系非常重要。要想在最短的时间内解决问题，就需要与产品开发部门、仓储部门、物流部门等密切合作，及时沟通问题，共同制定解决方案。在这个过程中，我运用了良好的沟通技巧，以及高效的协调能力，使得售后反馈工作能够顺利开展。

第四，售后反馈需要耐心与责任感。在完成售后反馈工作中，我发现很多消费者会因遇到问题而情绪激动或沮丧。面对这种情况，我首先保持了平和的心态，在耐心倾听、关心消费者问题的基础上，积极寻找解决方案。虽然有时解决问题可能会遇到一些困难和阻碍，但我始终坚持以责任感为导向，用心帮助每一个遇到问题的消费者，争取让他们在最短的时间内解决问题并获得满意的答复。

最后，在售后反馈工作中，我深刻认识到售后服务对于企业的重要性，也体会到了细致入微的工作态度、高效的协调能

力、耐心与责任感等的重要作用。通过不断的实践和总结，我相信我能够不断提升自己的售后反馈能力，为企业提供更好的售后服务。我相信，通过持续不断地改进售后服务，企业将能够更好地满足消费者的需求，获得良好的市场口碑，并在激烈的市场竞争中脱颖而出。

售后心得体会篇五

售后服务是企业与消费者之间沟通的重要环节，也是企业提升用户满意度的有效途径之一。作为一名销售人员，我一直注重与客户建立良好的沟通关系，并不断总结经验，以提高自己的售后服务质量。在过去的工作中，我积累了一些心得体会，现将其归纳总结，与大家分享。

首先，及时响应是良好售后服务的关键。当客户提出问题或反馈时，我们一定要第一时间给予回应。无论问题大小，都要积极快速地进行解答和解决。这样不仅能够体现企业的专业和高效，更能够获得客户的信任和满意。在我与客户的沟通中，我会设定一个响应时间目标，力求在规定的时间内回复客户，并保持多渠道畅通，包括电话、邮件和在线平台等。

其次，倾听客户的需求和意见是提升售后服务质量的关键。客户是售后服务的主体，他们的需求和意见是我们改进的方向。因此，我会耐心倾听客户的抱怨和建议，并采取积极的态度去解决问题和改进服务。有时候，客户的意见可能会让我们触及到一些不足之处，但是只有通过积极改进，才能够提高售后服务质量，满足客户的期待。

此外，我们要时刻保持沟通畅通。与客户建立良好的沟通渠道，能够及时获取客户的意见和需求，有助于我们更好地理解客户的期望并提供满意的解决方案。我会定期与客户进行电话沟通或面对面的交流，通过了解客户的需求，及时调整售后服务策略和方案。同时，及时反馈客户的意见和建议给公司相关部门，以便他们能够针对性地改进产品和服务。

此外，保持客户的信任和满意是一个持续的过程。一次性的满意可能并不能代表客户会一直对企业保持信任和满意，因此，我们需要时刻将提升服务质量放在首要位置。我会利用各种方式收集客户的反馈，包括电话、邮件、调查问卷等，了解客户在使用产品过程中的感受和意见。如有客户不满意的问题，我会积极地处理，确保客户的问题能够及时解决。只有通过不断提高售后服务质量，我们才能够赢得客户的长期信任和支持。

最后，售后服务不仅仅是处理问题，更是建立良好的客户关系。我认为，在售后服务过程中，我们要以真诚和耐心的态度对待客户。不仅要解决客户的问题，更要关心客户的感受和需求。我经常与客户进行近期的关怀，例如定期寄送一些优惠券或礼品，与客户保持联系，让客户感受到我们的关心和重视。通过与客户建立稳定的关系，能够为企业带来更多的机会和利益。

综上所述，售后反馈心得体会是我通过多年的工作总结和积累得出的。倾听客户的需求和意见，并及时进行回应和解决，保持良好的沟通和信任，积极改进售后服务质量，都是提升售后服务的关键环节。在今后的工作中，我将继续不断完善自己，提升售后服务的质量，为客户提供更加满意的服务体验。

售后心得体会篇六

20xx年对于个人来说是好处非同寻常的一年，抉择的一年。究其原因体此刻两个方面，一是告别了熟悉而又充满感情的深圳工作，难舍之情溢于言表。二是回到家乡襄樊，来到了大力电工集团工作，来到了一个和谐团结的售后服务团队工作，这个更加充满激情与挑战的新工作岗位将成为我今后一段时间的工作平台。

一年来，觉得自己是十分幸运的，得到这么多领导和同事的

帮忙。个性是领导能够很好的体谅我们现场的状况，切合实际的安排，减少我们不必要的压力使得工作情绪能够平稳舒畅，部门同事好比一家人，在工作上我们相互协作、相互配合、取长补短，目的很简单，就是为了技术得以提高，更好的服务客户，解决棘手的问题，维护公司的形象。

回顾20xx年，本人从以下几个方面将个人工作总结报告呈现如下：

回首20xx年的深圳的工作，兴奋与激动的同时，大城市的机遇和挑战给了自己人生未来的很多思考与思索。此时此刻更多的是难舍，在去与留的抉择面前，自己思考了很久，留在能够继续以往的工作，做一名高级生技员，办公室安逸和清闲的工作，同时能够理解很好的世界级大公司的培训。离开公司，一个新的工作环境，很多事情都是未知。当时，想到了《谁动了我的奶酪》里面的故事，人生只有勇于尝试改变和突破才会更加精彩。因此，我选取了到一个新的工作环境去历练和学习。

从深圳回到襄樊工作，来到了大力集团售后服务部工作，但胜作的对象，方法确是大有不同。在刚开始的那段时间的确不太适应，但透过领导和帮忙与引导，透过同事的关心与照顾，这种不适应的心理很快就消失了。但与心理上较快适应相比，工作方式和方法的适应相对慢一些。像以前的工作，很多事情都很固定和简单，在工作程序和方法上都比较简单，但是此刻要处理的现场实际问题，很多时候不仅仅棘手而且多是和其他公司或是甲方交流，客户的不满情绪也给工作的顺利进行带来了一些不利的影响。

对于过程和方法是否得当思考的不够周到与全面也要做充分的思考和记录，透过时间和现场经验的积累来提高自己的处理问题的潜力。在现场问题上也要和客户做充分有效的沟通，防止不愉快的事情发生，使得现场问题能够及时处理的同时，也能维护好客户关系。

新的工作岗位和主角，给予我了很多挑战，同时每一次特殊的服务案例都给予我了一次学习和提升自我的机遇，下面是一个具有代表性的案例报告能够很好的来说明。

每个现场处理完成以后，我都养成了好的习惯，把每次的工作过程记录下路和现场的调试过程及其问题的处理过程，这样自己的水平提升的很快。技术本身就是一个漫长的积累过程，同时也要不断的学习先进的新技术来武装自己的头脑。由于工作性质的需要，养成良好的个人工作记录习惯，透过漫长的时间积累将来会成为一笔可观的财富。透过近一年的工作和积累，公司的相关产品此刻都能够独立处理了，那里面有很多诗司培养促使自己能够尽早的独立，并产生经济效益。

回顾即将过去的一年工作，虽然取得了不少的成绩，但我仍感自己有不少不足之处：

- 1、只是满足自身任务的完成，工作开拓不够大胆等。
- 2、业务素质提高不够快速，对新业务知识仍然学习得不够多，不够透彻。
- 3、本职工作与其他同事相比还有差距，创新意识不强。

在以后的工作中，请大家给予我监督与推荐，我将努力改善自己的不足，争取获得更好的成绩，俗话说：“点点滴滴，造就不凡”，在以后的工作中，不管在外工作是枯燥的`还是多彩多姿的，我都要不断积累经验，与各位同事一齐共同努力，勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高文化素质和各种工作技能，为了单位的发展做出最大的贡献。

售后心得体会篇七

销售后勤是一个企业销售流程中至关重要的环节，它负责完

成销售订单的收集、跟踪与催促、发货准备及物流管理等一系列工作。作为一名销售后勤人员，我在工作中积累了一些经验和体会，希望能够分享给大家。

首先，作为销售后勤人员，高效的订单管理是非常重要的。每天接收到大量的订单，可能会出现订单遗漏、信息错误等问题。为了避免这种情况的发生，我经常制定一套有效的订单管理制度。通过建立清晰的订单接收流程、设置提醒机制等方式，我可以更好地掌握订单的数量和状态，及时处理和跟踪每一个订单。在实践中，我发现及时反馈与沟通也是订单管理的关键，通过与销售团队及时沟通，了解订单的补充和修改需求，可以更好地满足客户的要求，提高客户满意度。

其次，准备发货前的仓库管理也是非常重要的一环。仓库是销售后勤的核心操作环节之一，仓库管理的好与坏直接影响到订单的准确性和交货时间。为了避免库存错误和发货延误，我经常进行库存盘点，及时报告库存情况，确保库存信息与实际情况一致。另外，优化仓库布局也是提高工作效率的关键。通过合理规划和分区，我可以避免不同品类商品混乱堆放，提高仓库的货物存取效率，减少搬运时间。

第三，物流管理在销售后勤中的地位也是不可忽视的。物流管理直接关系到订单的及时交付和顾客的满意度。为了保障物流的准时和迅速，我经常与物流团队密切合作，建立良好的沟通与协调机制。同时，及时更新物流信息对于提高工作效率和跟踪订单的状态非常重要。通过建立物流追踪系统，我可以实时了解物流的位置和预计到达时间，及时与客户进行沟通，并解决可能出现的问题。

此外，协作是销售后勤工作的重要一环。销售后勤需要与销售、仓库、财务和物流等多个团队紧密合作。合理分工和有效沟通是协作的基础。我时常与其他团队成员进行交流与协调，分享订单状态和进度信息，协助解决可能出现的问题。

团队合作的核心就是明确分工与协作，只有相互配合、协同努力，才能够更好地完成销售任务和满足顾客需求。

不可忽视的是，在销售后勤工作中，我还需要保持持续的学习和不断改善。随着市场环境的不不断变化，销售方式和客户需求也在不断发展和变化。作为销售后勤人员，我需要不断学习新知识、掌握新技能，以适应新的市场需求。同时，通过对工作中的不足和问题进行总结和反思，我可以不断改善自己的工作方法和提高效率。持续学习和改善是保持销售后勤工作竞争力的必备条件。

综上所述，作为销售后勤人员，高效的订单管理、准备发货前的仓库管理、物流管理、协作能力和持续学习与改善是我在工作中的重要体会。我相信，在今后的工作中，我将继续锐意进取，不断提高自己的专业素养和工作能力，更好地为企业销售工作贡献自己的力量。

售后心得体会篇八

我是客服部的新员工____，很高兴有机会在这里和大家交流培训心得和体会。

我是2005年毕业的，离开学校已经好几年了，对于写作，差不多都还给我们老师了。因为在2008年之前的工作都是在工厂里上班，工作忙碌而又不需大脑，因此也没有时间，也不需要学习。今年上半年是我第一次做客服工作，让我感觉到这个工作很充实，同时能学到很多以前想都想不到的东西，因此我有坚持选择了这个职位。当然也要感谢公司能给我这个机会。

虽然我才到公司两天，但是两位领导的耐心讲解，让我让我感觉到公司的团结和融洽。同时也让我不得不端正自己的态度，认真学习，让自己尽早的融入到这个大家庭中来。

这两天接受了企业文化等多方面的学习和辅导，受益匪浅。公司的不断进步和不断突破，让我对公司充满了信心，也希望自己在公司有一个美好的前途。公司是一个家庭，一个集体，要靠我们大家团结一心，共同努力，坚持不懈的战斗，才能走向一个能美好的明天。

物流客服专员的主要工作包括：接听电话，熟悉客户的服务要求；客户的订单处理；货物的跟踪，信息反馈，报表统计，回单整理，账单的处理；业务的动向掌控及实事的操作调整。执行客服关系维护与管理；接待并处理客户电话咨询、抱怨；执行服务关怀。

客户沟通的要点包括：沟通的内容、方法、以及客户投诉的处理、客户满意度的调查。与顾客交谈的注意事项：宽松的沟通环境、沟通要与顾客保持适度距离；对客户所提任何问题和要求均要采取与人为善的态度，给予充分理解；根据沟通的内容和目的不同采取相应的方法。

客户投诉作为一种行业现象，普遍的存在于服务行业。与客户进行沟通是处理投诉的根本，一切抱怨都开始于了解不够，而一切抱怨都会结束于有效的沟通，了解对方的性格模式，使用对应的沟通技巧，是实现有效沟通的途径。乐观地对待每一次挑战，用我们的真诚感染每一位客户。注意调节自己的情绪，将每一个困难当作一种考验和学习的机会。用心倾听，认真解决每一个问题，让客户得到超越期望的感受。要有强烈的客户服务意识，站在客户的角度，用客户的眼光来考虑问题，“急客户之所急，想客户之所想”。所以，客户的各种需求不可能得到完全一定的满足，服务一方面要不断提高服务品质，另一方面也要随时准备接受客户的投诉。投诉处理的一般方法：耐心倾听、不与争辩；详细记录、确认投诉；真情对待、冷静处理；及时处理。

与客户的沟通同时还要注重职业礼仪。中国有句俗语：“礼多人不怪”。一个人的礼貌不单单体现这个人的素质和教养，

同时也体现了这个企业的文明程度，整体素质和教养。

通过这次基本的入职培训，让我更进一步的认识到：养成养好的工作习惯，为客户提供优质的服务，这是我们行业的要求，也是我们公司的特色，更是我们每一位员工的工作职责。在未来的工作中，我一定严于律己，努力学习紧跟公司的步伐，争取早日做合格的物流客服人员。当然这少不了各位领导和前辈的指点和教诲。

售后心得体会篇九

第一段：入职的初衷与困惑（200字）

作为一名售后员工，我记得我刚入职的时候，内心是充满期待和困惑的。期待是因为售后工作被认为是一个能够锻炼自己沟通能力和解决问题能力的机会，同时也是一种能够触碰顾客真实需求的职业。然而，困惑却来自于听说售后工作很辛苦，压力大且回报不高的传言。这样的内心斗争让我产生了对售后工作的深入思考。

第二段：提升服务意识与技能的必要性（200字）

正因为对售后工作的思考，我逐渐意识到，提升自己的服务意识和技能是必要的。售后工作不仅仅是单纯的协助顾客解决问题，更是与顾客建立长期稳定关系的重要环节。在这个过程中，我需要学会倾听和理解顾客的需求，充分展现关怀和耐心。同时，我也需要掌握一定的技术和专业知识，才能更好地帮助顾客解决问题。因此，我开始主动学习相关知识，并不断提高自己的技能水平。

第三段：感悟顾客的喜怒哀乐（200字）

在不断提升自己的服务意识和技能的同时，我也深深感受到了顾客的喜怒哀乐。有时候顾客因为受到了好的服务而倍感

满意，满怀感激地对我说谢谢；有时候顾客因为物品损坏或者售后服务问题而愤怒，会对我发泄不满。我学会了在面对不同的顾客情绪时保持冷静和耐心，不断与顾客沟通、理解和解决问题。我深刻意识到顾客情绪对我的工作影响的重要性，也明白了解决问题的重要性，这让我更加有动力和热情地投身到售后工作中。

第四段：与同事和团队的协作共赢（200字）

售后工作其实是一个需要大量协作的工作。和同事们一起合作解决问题，互相扶持和支持，我们的效率和能力都得到了提升。我和同事们常常互相交流经验，分享解决问题的方法，并互相帮忙解决遇到的困难。在团队的帮助下，我不仅学到了很多知识和技能，也收获了友谊和成长的喜悦。团队的精神让我不再感到孤单和无助，也让我更有信心去面对困难和挑战。

第五段：售后工作的满足感与成长（200字）

在售后工作中，我虽然面临着各种困难和挑战，但是每当成功帮助一个顾客解决问题，每当感受到顾客的满意和信任，我都能够获得一种无以言表的成就感与满足感。而且，随着时间的推移，我发现自己在售后工作中不断成长，不仅在服务技能上得到提高，也变得更加成熟和稳重。售后工作虽然辛苦，但是这份成长和满足感带给我的美好经历让我坚信，选择售后工作是完全值得的。

总结：

通过对售后员工心得体会的五段式连贯文章的阐述，我们可以了解到售后员工从入职的初衷到提升服务意识和技能的必要性，再到感悟顾客的喜怒哀乐，与同事和团队的协作共赢，以及售后工作带来的满足感与成长。售后工作不仅仅是一份职业，更是一次锻炼自己和成长的机会。

售后心得体会篇十

参加了售后培训，在日常的工作中做到较好跟客户的沟通，做到令客户满意就是对公司品牌形象的有力宣传，在此分享心得体会。下面是本站小编为大家收集整理的售后培训心得体会，欢迎大家阅读。

20xx年是xx公司重要的战略转折期。国内轿车市场的日益激烈的价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给xx公司的日常经营和发展造成很大的困难。在全体员工的共同努力下，xx公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。回顾全年的工作，我感到在以下几个方面取得一点心得，愿意和业界同仁分享。

一、加强面对市场竞争 不依靠价格战 细分用户群体 实行差异化营销

对策二：细分市场，建立差异化营销

1. 细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据20xx年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市场、零散用户等四大市场。对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了出租车协会理事单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传xx品牌政策。平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。针对近两年xx市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态；对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些

常见故障;与出租车公司协商,对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。针对高校消费群知识层面高的特点,我们重点开展毕加索的推荐销售,同时辅以雪铁龙的品牌介绍和文化传播,让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和xx市高校后勤集团强强联手,先后和理工大后勤车队联合,成立校区维修服务点,将服务带入高校,并且定期在高校组织免费义诊和保养检查,在高校范围内树立了良好的品牌形象,带动了高校市场的销售。

对策三:注重信息收集 做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝,残酷而激烈的竞争无时不在,科学的市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际,每一条销售信息都如至宝,从某种程度上来讲,需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点,我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度,通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息,制定以往同期销售对比分析报表,确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定,一有需求立即做反应。同时和品牌部相关部门保持密切沟通,积极组织车源。增加工作的计划性,避免了工作的盲目性;在注重销售的绝对数量的同时,我们强化对市场占有率。我们把分公司在xx市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成xx任务,顺利完成总部下达的全年销售目标。

对于备件销售,我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件,最大限度减少分公司资金的积压。由于今年备件商务政策的变化,经销商的利润空间进一步缩小,对于新的市场形势,分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论,在积极开拓周边的备件市场,尤其是大客户市场的同时,结合新的商务政策,出台了一系列备件促销活动,取得了较好的效果。备件销售营业额xx万元,在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下,利用售后服务带动车间备件销

售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，今年分公司又迎来了自96年成立以来的售后维修高峰。为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作；建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度，对于售后维修现场发现的问题，现场提出整改意见和时间进度表；用户进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调言行规范；在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规范行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆；在车间推行看板管理，接待和管理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。为了提高用户满意度，缩短用户排队等待时间，从6月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1:00，售后俱乐部提供24小时全天候救援；通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满意度。全年售后维修接车台次，工时净收入xx万元。 二、 强化服务意识，提升营销服务质量。

前段时间工作中不尽如人意，经过一段时间的反省，在此既对自身前段时间的工作进行批评，也是反省，总结如何做好自己的本职工作，亡羊补牢争取在日后的工作中能有好的表现。 以下是鄙人工作中总结的拙见，这里总结出来希望能对日后工作有所帮助。

第一、树立全局观念，做好本职工作

不管从事什么工作，树立全局意识是首要的问题，现场技术服务也不例外。我认为售后服务工作的全局就是，“树立企业形象，使客户对公司产品的满意度和忠诚度最大化。”最大限度的保护客户的利益，是提高我们公司产品的核心竞争力的一个重要组成部分。做好售后服务工作，同时也是对公司产品的宣传，以及对公司产品性能的情报收集，以便作出及时改进，使产品更好的满足现场的使用要求。

第二、善于沟通交流，强于协助协调

现场技术服务人员不仅要有较强的专业技术知识，还应该具备良好的沟通交流能力，一种产品很多时候是由于使用操作不当才出现了问题，而往往不是如客户反映的质量不行，所以这个时候就需要我们找出症结所在，和客户进行交流，规范操作，从而避免对产品的不信任乃至对企业形象的损害。在日常的工作中做做到较好跟客户的沟通，做到令客户满意就是对公司品牌形象的有力宣传。

第三、精于专业技能，勤于现场观察

随着电子行业的不断发展，竞争不断强化，如何做好电脑售后服务，也是加强公司品牌竞争的强力底牌。作为一个技术服务人员，要在现场勤于观察、独立思考、多与同事交流，努力不断提高自己的业务水平。每次优秀的售后服务，代表了客户对本公司产品进一步的信任。

第四、技术知识水平与实际操作熟练

在过去的工作中得到了一些体会，工作时候心态非常的重要，投入工作要有激情，时刻保持阳光的微笑，这样可以拉近人与人之间的距离，便于与客户的沟通。尤其是对售后服务类的工作，积极的思想和平和的心态是非常重要的，是促进工作进步、顺利的必要条件，在售后工作中要有好的方法技术与判断力才能使工作顺利。

售后服务，是现代汽车维修企业服务的重要组成部分。做好售后服务，不仅关系到本公司产品的质量、完整性，更关系到客户能否得到真正的、完全的满意。为此，制定本制度。

(一)售后服务工作由业务部负责完成。

(二)售后服务工作的内容。

1、整理客户资料、建立客户档案

客户送车进厂维修养护或来公司咨询、商洽有关汽车技术服务，在办完有关手续或商谈完后，业务部应于二日内将客户有关情况整理制表并建立档案，装入档案袋。客户有关情况包括：客户名称、地址、电话、送修或来访日期，送修车辆的车型、车号、车种、维修养护项目，保养周期、下一次保养期，客户希望得到的服务，在本公司维修、保养记录(详见“客户档案基本资料表”)。

2、根据客户档案资料，研究客户的需求

业务人员根据客户档案资料，研究客户对汽车维修保养及其相关方面的服务的需求，找出“下一次”服务的内容，如通知客户按期保养、通知客户参与本公司联谊活动、告之本公司优惠活动、通知客户按时进厂维修或免费检测等等。

3、与客户进行电话、信函联系，开展跟踪服务

业务人员通过电话联系，让客户得到以下服务：

- (1) 询问客户用车情况和对本公司服务有何意见；
- (2) 询问客户近期有无新的服务需求需我公司效劳；
- (3) 告之相关的汽车运用知识和注意事项；
- (4) 介绍本公司近期为客户提供的各种服务、特别是新的服务内容；
- (6) 咨询服务；
- (7) 走访客户

售后服务管理制度

(三) 售后服务工作规定

- 1、售后服务工作由业务部主管指定专门业务人员——跟踪业务员负责完成。
- 2、跟踪业务员在客户车辆送修进场手续办完后，或客户到公司访谈咨询业务完后，两日内建立相应的客户档案。客户档案内容见本规定第二条第一款。
- 3、跟踪业务员在建立客户档案的同时，研究客户的潜在需求，设计拟定“下一次”服务的针对性通话内容、通信时间。
- 4、跟踪业务员在客户接车出厂或业务访谈、咨询后三天至一周内，应主动电话联系客户，作售后第一次跟踪服务，并就客户感兴趣的话题与之交流。电话交谈时、业务员要主动询问曾到我公司保养维修的客户车辆运用情况，并征求客户对本公司服务的意见，以示本公司对客户的真诚关心，与在服务上追求尽善尽美的态度。对客户谈话要点要作记录，特别是对客户的要求，或希望或投诉，一定要记录清楚，并及时予以处理。能当面或当时答复的应尽量答复；不能当面或当时答复的，通话后要尽快加以研究，找出办法；仍不能解决的，要在两日内报告业务主管，请示解决办法。并在得到解决办法的当日告知客户，一定要给客户一个满意的答复。
- 5、在“销售”后第一次跟踪服务的一周后的7天以内，业务跟踪员应对客户进行第二次跟踪服务的电话联系。电话内容仍要以客户感兴趣的话题为准，内容避免重复，要有针对性，仍要体现本公司对客户的真诚关心。
- 6、在公司决定开展客户联谊活动、优惠服务活动、免费服务活动后，业务跟踪员应提前两周把通知先以电话方式告之客户，然后于两日内视情况需要把通知信函向客户寄出。
- 7、每一次跟踪服务电话，包括客户打入本公司的咨询电话或

投诉电话、经办业务员都要做好电话记录，登记入表(附后)，并将电话记录存于档案，将电话登记表归档保存。

8、每次发出的跟踪服务信函，包括通知、邀请函、答复函都要登记入表(附后)，并归档保存。

(四)指定跟踪业务员不在岗时，由业务主管临时指派本部其他人员暂时代理工作。

(五)业务主管负责监督检查售后服务工作;并于每月对本部售后服务工作进行一次小结，每年末进行一次总结;小结、总结均以本部工作会形式进行，由业务主管提出小结或总结书面报告;并存档保存。

(六)本制度使用以下四张表格：“客户档案基本资料表”、“跟踪服务电话记录表”、“跟踪服务电话登记表”、“跟踪服务信函登记表”。

业务接待工作制度

业务接待工作是业务工作的一个重要组成部分，它包括业务接待工作程序，内容解说，工作内容与要求，(即工作内容规定)。

(一)业务接待工作程序

业务接待工作从内容上分为两个部分：迎接客户送修程序与恭送客户离厂程序(详见业务接待工作程序图)。工作程序具体内容如下：

1、业务厅接待前来公司送修的客户。

2、受理业务：询问客户来意与要求;技术诊断;报价，决定是否进厂，或预约维修或诊断报价;送客户离厂。

- 3、将接修车清洗送入车间，办理交车手续。
- 4、维修期间，维修增项意见征询与处理：征询客户意见、与车间交换工作意见。
- 5、将竣工车从车间接出：检查车辆外观技术状况及有关随车物品。
- 6、通知客户接车，准备客户接车资料。
- 7、业务厅接待前来公司取车的客户，引导客户视检竣工车，汇报情况，办理结算手续、恭送客户离厂。
- 8、对客户跟踪服务。

(二)业务接待工作内容规定

1、业务厅接待前来公司送修或咨询业务的客户

工作内容：(1)见到客户驾车驶进公司大门，立即起身，带上工作用具(笔与接修单)走到客户车辆驾驶室边门一侧向客户致意(微笑点头)：当客户走出车门或放下车窗后，应先主动向客户问好，表示欢迎(一般讲“欢迎光临!”)。同时作简短自我介绍。(2)如客户车辆未停在本公司规定的接待车位，应礼貌引导客户把车停放到位。(3)简短问明来意，如属简单咨询，可当场答复，然后礼貌地送客户出门并致意(一般讲“请走好”、“欢迎再来”)‘如属需诊断、报价或进厂维修的应征得客户同意后进接待厅从空商洽;或让客户先到接待厅休息，我方工作人员检测诊断后，再与客户商洽。情况简单的或客户要求当场真写维修单或预约单的，应按客户要求办理手续。(4)如属新客户、应主动向其简单介绍我公司维修服务的内容和程序。(5)如属维修预约、应尽快问明情况与要求，填写“维修单预约单”，并呈交客户;同时礼貌告之客户：请记住预约时间。

工作要求：接待人员要文明礼貌，仪表大方整洁、主动热情，要让客户有“宾至如归”的第一印象。客户在客厅坐下等候时，应主动倒茶，并示意“请用茶”，以表示我待客礼貌诚忱。

2、业务咨询与诊断

工作内容：在客户提出维修养护方面诉求时，我方接待人员应细心专注聆听，然后以专业人员的态度通俗的语言回答客户的问题。在客户车辆需作技术诊断才能作维修决定时，应先征得客房同意，然后我方人员开始技术诊断。接待人员对技术问题有疑难时，应立即通知技术部专职技术员迅速到接待车位予以协助，以尽快完成技术诊断。技术诊断完成后应立即打印或填写诊断书，应明确车辆故障或问题所在然后把诊断情况和维修建议告诉客户，同时，把检测诊断单呈交客户，让客户进一步了解自己的车况。

工作要求：在这一环节，我方接待人员要态度认真细致，善于倾听，善于专业引导；在检测诊断时，动作要熟练，诊断要明确，要显示我公司技术上的优越性、权威性。

3、业务洽谈

工作内容：(1)与客房商定或提出维修项目，确定维修内容，收费定价、交车时间，确定客户有无其它要求，将以上内容一一填入“进厂维修单”、请客户过目并决定是否进厂。(2)客户审阅“进厂维修单”后，同意进厂维修的，应礼貌地请其在客户签字栏签字确认；如不同意或预约进厂维修的，接待人员应主动告诉并引导客户到收银处办理出厂手续——领“出厂通知单”，如有我方诊断或估价的，还应通知客户交纳诊断费或估价费；办完手续后应礼貌送客户出厂，并致意“请走好，欢迎再来”。

工作要求：与客户洽谈时，要诚恳、自信、为客户着想，不

卑不亢、宽容、灵活、要坚持“顾客总是对的”的观念。对不在厂维修的客户，不能表示不满，要保持一贯的友好态度。

4、业务洽谈中的维修估价

工作内容：与客户确定维修估价时，一般采用“系统估价”即按排除故障所涉及的系统进行维修收费；对一时难以找准故障所涉及系统的，也可以采用“现象估价”，即按排除故障现象为目标进行维修收费，这种方式风险大，我方人员定价时应考虑风险价值。针对维修内容技术含量不高，或市场有相应行价的、或客户指定维修的，可以用“项目定价”，即按实际维修工作量收费，这种方式有时并不能保证质量，应事先向客户作必要的说明。维修估价洽谈中，应明确维修配件是由我方还是由客方供应，用正厂件还是副厂件；并应向客户说明：凡客户自购配件，或坚持要求关键部位用副厂件的，我方应表示在技术质量不作担保，并在“进厂维修单”上说明。

工作要求：这一环节中，我业务接待人应以专业人员的姿态与客户洽谈，语气要沉稳平和，灵活选用不同方式的估价，要让客户对我公司有信任感。应尽可能说明本公司价格合理性。

5、业务洽谈中的承诺维修质量与交车时间

工作内容：业务洽谈中，要向客户明确承诺质量保证，应向客户介绍我公司承诺质量保证的具体规定。要在掌握公司现时生产情况下承诺交车时间，并留有一定的余地。特别要考虑汽车配件供应的情况。

工作要求：要有信心，同时要严肃，特别要注意公司的实际生产能力，不可有失信于用户的心态与行为。

6、办理交车手续

工作内容：客户在签订维修合同(即维修单)后，接待人员应尽快与客户办理交车手续；接收客户随车证件(特别是二保、年审车)并审验其证件有效性、完整性、完好性，如有差异应当时与客户说明，并作相应处理，请客户签字确认差异。接收送修车时，应对所接车的外观、内饰表层、仪表座椅等作一次视检，以确认有无异常、如有异常，应在“进厂维修单”上注明；对随车的工具和物品应清点登记，并请客户在“随车物品清单”上签字(详见“随车物品清单”)，同时把工具与物品装入为该车用户专门提供的存物箱内。接车时，对车钥匙(总开关钥匙)要登记、编号并放在统一规定的车钥匙柜内。对当时油表、里程表标示的数字登记入表。如即时送车于车间修理的，车交入车间时，车间接车人要办理接车签字手续。

工作要求：视检、查点、登记要仔细，不可忘记礼貌地请客户在进厂维修单上签名。

7、礼貌送客户

工作内容：客户办完一切送修手续后，接待员应礼貌告知客户手续全部办完，礼貌暗示可以离去。如客户离去，接待员应起身致意送客，或送客户至业务厅门口，致意：“请走好，恕不远送”。

工作要求：热情主动、亲切友好、注意不可虎头蛇尾。

8、为送修车办理进车间手续

工作内容：(1)客户离去后，迅速清理“进厂维修单”，(这时通过电脑，一些车辆统计报表也同时登记)，如属单组作业的，直接由业务部填列承修作业组；如属多组作业的，应将“进厂维修单”交车间主管处理。(2)由业务接待员通知清洗车辆，然后将送修车送入车间，交车间主管或调度，并同时交随车的“进厂维修单”，并请接车人在“进厂维修单”

指定栏签名、并写明接车时间，时间要精确到十分钟。

工作要求：认真对待、不可忽视工作细节，更不可省略应办手续。洗车工作人员洗完车后，应立即将该车交业务员处理。

9、追加维修项目处理

工作内容：业务部接到车间关于追加维修项目的信息后，应立即与客户进行电话联系，征求对方对增项维修的意见。同时，应告之客户由增项引起的工期延期。得到客户明确答复后，立即转达到车间。如客户不同意追加维修项目，业务接待员即可口头通知车间并记录通知时间和车间受话人；如同意追加，即开具“进厂维修单”填列追加维修项目内容，立即交车间主管或调度，并记录交单时间。

工作要求：咨询客户时，要礼貌，说明追加项目时，要从技术上作好解释工作，事关安全时要特别强调利害关系；要冷静对待此时客户的抱怨，不可强求客户，应当尊重客户选择。

10、查询工作进度

工作内容：业务部根据生产进展定时向车间询问维修任务完成情况，询问时间一般定在维修预计工期进行到70%至80%的时候。询问完工时间、维修有无异常。如有异常应立即采取应急措施，尽可能不拖延工期。

工作要求：要准时询问，以免影响准时交车。

11、通知客户接车

工作内容：(1)作好相应交车准备：车间交出竣工验收车辆后，业务人员要对车做最后一次清理；清洗、清理车厢内部，查看外观是否正常，清点随车工作和物品，并放入车上。结算员应将该车全部单据汇总核算，此前要通知、收缴车间与配件

部有关单据。(2)通知客户接车：一切准备工作之后，即提前一小时(工期在两天之内)，或提前四小时(工期在两天以上包括两天)通知客户准时来接车，并致意：“谢谢合作!”；如不能按期交车，也要按上述时间或更早些时间通知客户，说明延误原因，争取客户谅解，并表示道歉。