

# 2023年宾馆客房演讲稿(优质7篇)

演讲中的抑扬顿挫，相当于音乐中的节奏，音乐需要节拍，演讲也需要节拍，你应该让你的演讲充满节奏感，节奏就是你口头表达进度的度量。大家想知道怎么样才能写得一篇好的演讲稿吗？接下来我就给大家介绍一下如何才能写好一篇演讲稿吧，我们一起来看看吧。

## 宾馆客房演讲稿篇一

尊敬的各位领导、各位评委：

生命是美好的，更是幸福的，但前提是必须有安全的呵护。没有安全，生命得不到保障，幸福又在哪里呢？我们需要责任，我们选择安全！

今天我演讲的题目是：安全与责任

安全是个永恒的话题，安全是什么？对于我们来讲，安全就是立足本职，尽忠尽责。责任是什么？责任是一种使命、一种义务、更是一种力量。在隐患危及安全的关键时刻，它激励我们在危难面前挺身而出，用行动去阻止事故的发生。

关注安全，关爱生命，要从我们工友们的日常生活和日常工作中的点点滴滴做起，无论我们在干着什么，心中都要时刻想着安全，心中都要时刻注意着安全，任何时候都要遵章守纪，按章作业，牢记安全第一，真正做到不伤害自己，不伤害他人，不被他人伤害。只有把安全“印”在心中，加强我们的安全职责。把安全生产工作切实落到实处，从身边的小事抓起，把一切隐患消灭在萌芽状态。每出一个事故，都能总结一二三条教训，日积月累，就成了我们的规章。换一种说法，血的教训换来了我们的规章制度，我们靠规章制度来保证我

们的安全。企业有着很完善的安规制度，我们不缺少各类管理制度，缺少的是精益求精的执行者，安全才有保障。安全不仅仅是制度，它更需要我们每一个人强化安全意识，增强责任心。责任心是做好安全工作的前提。有一句话说得好，“在本位，尽本分”，这应该是每个人对自己工作最基本的要求。要想把安全工作做好，提高责任心是至关重要的，责任心是工作无差错的重要保证。如果一个人没有了责任心，那么再安全的岗位也会出现险情。拥有强烈的责任心，再大的安全隐患也可以处理。如果责任心差，那么很小的问题也可能酿成大祸。无差错是我们工作的重中之重。安全工作是一项复杂的系统工程，需要全员动手，综合治理，常抓不懈，只要我们真正把安全装在我们心中，强化安全意识，增强安全责任心，安全生产才不受威胁，安全才有保障，生命才会美丽。

有了对安全的责任心，就有了做好工作的动力，做起工作来就会积极、主动、用心。没有对安全的责任，就不敢承担责任，必然造成工作上敷衍了事、庸碌无为，麻痹大意。由此可见，工作有难易之分，能力有高低之别，但关键的还是责任心。无论做什么事情，都要记住自己的责任，无论在什么样的工作岗位，都要对自己的工作负责。

责任是安全生产赖以生存的源源动力；因为有责任，我们才足以从微小的细节中发现事故的隐患；因为有责任，我们才可以从不断变换的安全问题上积累进步的经验。安全生产需要我们的责任，安全生产更加依靠我们的责任。

我们需要责任，我们选择安全！前车之鉴，后事之师。

在安全问题上，我们必须警钟长鸣，肩负起责任使命。在生活中，安全是把双刃剑，你遵守它的规则，他就会保护你，违背它的规则，你就会付出血的代价。安全生产是我们工作的基石，更是我们生活的保障。许多时候，像“安全生产、预防为主”等不少警句我们往往耳熟能详，但我们需要的并

不仅仅是口号和形式，更重要的是把慎密的思想落实到严谨的行为中，谨于思、慎于行，才是我们做好安全工作的根本。

安全是春天里的花朵，美丽但需要呵护；安全是生活中的一抹抹阳光，明媚而温暖。“安全第一、警钟长鸣”，只有抓住安全，我们的企业才能蒸蒸日上，兴旺发达；只有守着安全，我们的千种累，万种苦，才能结出美丽的硕果。

让我们共同努力，践行责任，保障安全。

安全责任永远在我心中！

定了演讲的成功与失败。

演讲稿像议论文一样论点鲜明、逻辑性强，但它又不是一般的议论文。它是一种带有宣传性和鼓动性的应用文体，经常使用各种修辞手法和艺术手法，具有较强的感染力。

演讲未必都使用演讲稿，不少著名的演讲都是即兴之作，由别人经过记录流传开来的。但重要的演讲最好还是事先准备好演讲稿，因为演讲稿至少有两个方面的作用：其一，通过对思路的精心梳理，对材料的精心组织，使演讲内容更加深刻和富有条理。其二，可帮助演讲者消除临场紧张、恐惧的心理，增强演讲者的自信心。

## 演讲稿特点

### 主要区别

演讲和表演、作文有很大的区别。

见的一种社会活动。

其次，作文是作者通过文章向读者单方面的输出信息，演讲则是演讲者在现场与听众双向交流信息。严格地讲，演讲是

演讲者与听众、听众与听众的三角信息交流，演讲者不能以传达自己的思想和情感、情绪为满足，他必须能控制住自己与听众、听众与听众情绪的应和与交流。所以，为演讲准备的稿子就具有以下三个特点：

## 主要特点

第一、针对性。演讲是一种社会活动，是用于公众场合的宣传形式。它为了以思想、感情、事例和理论来晓喻听众，打动听众，“征服”群众，必须要有现实的针对性。所谓针对性，首先是作者提出的问题是听众所关心的问题，评论和论辩要有雄辩的逻辑力量，要能为听众所接受并心悦诚服，这样，才能起到应有的社会效果；其次是要懂得听众有不同的对象和不同的层次，而“公众场合”也有不同的类型，如党团集会、专业性会议、服务性俱乐部、学校、社会团体、宗教团体、各类竞赛场合，写作时要根据不同场合和不同对象，为听众设计不同的演讲内容。

第二、可讲性。演讲的本质在于“讲”，而不在于“演”，它以“讲”为主、以“演”为辅。由于演讲要诉诸口头，拟稿时必须以易说能讲为前提。如果说，有些文章和作品主要通过阅读欣赏，领略其中意义和情味，那么，演讲稿的要求则是“上口入耳”。一篇好的演讲稿对演讲者来说要可讲；对听讲者来说应好听。因此，演讲稿写成之后，作者最好能通过试讲或默念加以检查，凡是讲不顺口或听不清楚之处（如句子过长），均应修改与调整。

第三、鼓动性。演讲是一门艺术。好的演讲自有一种激发听众情绪、赢得好感的鼓动性。要做到这一点，首先要依靠演讲稿思想内容的丰富、深刻，见解精辟，有独到之处，发人深思，语言表达要形象、生动，富有感染力。如果演讲稿写得平淡无味，毫无新意，即使在现场“演”得再卖力，效果也不会好，甚至相反。

第四、整体性演讲稿并不能独立地完成演讲任务，它只是演讲的一个文字依据，是整个演讲活动的一个组成部分。演讲主体、听众对象、特定的时空条件，共同构成了演讲活动的整体。撰写演讲稿时，不能将它从整体中剥离出来。为此，演讲稿的撰写要注意以下几个方面：

首先，要根据听众的文化层次、工作性质、生存环境、品位修养、爱好愿望来确立选题，选择表达方式，以便更好地沟通。

其次，演讲稿不仅要充分体现演讲者独到、深刻的观点和见解，而且还要对声调的高低、语速的快慢、体态语的运用进行设计并加以注释，以达到最佳的传播效果。

另外，还要考虑演讲的时间、空间、现场氛围等因素，以强化演讲的现场效果。

## 第五、口语性

口语性是演讲稿区别于其他书面表达文章和会议文书的重要方面。书面性文章无需多说，其他会议文书如大会工作报告、领导讲话稿等，并不太讲究口语性，虽然由某一领导在台上宣读，但听众手中一般也有一份印制好的讲稿，一边听讲一边阅读，不会有什么听不明白的地方。演讲稿就不同了，它有较多的即兴发挥，不可能事先印好讲稿发给听众。为此，演讲稿必须讲究“上口”和“入耳”。所谓上口，就是讲起来通达流利。所谓入耳，就是听起来非常顺畅，没有什么语言障碍，不会发生曲解。具体要做到：

把长句改成适听的短句；

把倒装句改为常规句；

把听不明白的文言词语、成语加以改换或删除；

把单音节词换成双音节词；

把生僻的词换成常用的词；

把容易误听的词换成不易误听的词。

这样，才能保证讲起来朗朗上口，听起来清楚明白。

## 第六、临场性

演讲活动是演讲者与听众面对面的一种交流和沟通。听众会对演讲内容及时作出反应：或表示赞同，或表示反对，或饶有兴趣，或无动于衷。演讲者对听众的各种反映不能置之不顾，因此，写演讲稿时，要充分考虑它的临场性，在保证内容完整的前提下，要注意留有伸缩的余地。要充分考虑到演讲时可能出现的种种问题，以及应付各种情况的对策。总之，演讲稿要具有弹性，要体现出必要的控场技巧。

### 主要功能

第一、“使人知”演讲。这是一种以传达信息、阐明事理为主要功能的演讲。它的目的在于使人知道、明白。如美学家朱光潜的演讲《谈作文》，讲了作文前的准备、文章体裁、构思、选材等，使听众明白了作文的基本知识。它的特点是知识性强，语言准确。

第二、“使人信”演讲。这种演讲的主要目的是使人信赖、相信。它从“使人知”演讲发展而来。如恽代英的演讲《怎样才是好人》，不仅告知人们哪些人不是好人，也提出了三条衡量好人的标准，通过一系列的道理论述，改变了人们以往的旧观念。它的特点是观点独到、正确，论据翔实、确凿，论证合理、严密。

第三、“使人激”演讲。这种演讲意在使听众激动起来，在

思想感情上与你产生共鸣，从而欢呼、雀跃。如美国黑人运动领袖马丁·路德·金的《在林肯纪念堂前的演说》，用他的几个“梦想”激发广大的黑人听众的自尊感、自强感，激励他们为“生而平等”而奋斗。

第四、“使人动”演讲。这比“使人激”演讲进了一步，它可使听众产生一种欲与演讲者一起行动的想法。法国前总统戴高乐在二战期间的英国伦敦作的演讲《告法国人民书》，号召法国人民行动起来，投身反法西斯的行列。它的特点是鼓动性强，多以号召、呼吁式的语言结尾。

第五、“使人乐”演讲。这是一种以活跃气氛、调节情绪，使人快乐为主要功能的演讲，多以幽默、笑话或调侃为材料，一般常出现在喜庆的场合。这种演讲的事例很多，人们大都能听到。它的特点是材料幽默，语言诙谐。

## 宾馆客房演讲稿篇二

尊敬的`各位领导、各位评委：

你们好！

我竞聘的岗位是客服岗位。首先要借此机会衷心地说一句“谢谢”，感谢长期以来关心、支持和帮助我的领导和同事们！也感谢在座的各位领导、各位评委和公司给了我这次参加公开竞聘的机会。让我本着检验、学习、提高的目的走上了今天的演讲台，接受大家的评判和公司的挑选。我毕业于××电力工业学校，现任供电所微机员。××年毕业后，到公司农网改造办公室工作，任职期间，克服了人手少，工作量大等诸多困难，出色的完成了各项任务。200×年，网改结束，我竞聘到供电所微机员一职，负责发行、出纳、档案、客服等工作，任职期间，电费电量无一差错，现金出纳无一错帐、漏帐，以“老老实实做人、勤勤恳恳做事”为信条，

严格要求自己，尊敬领导，团结同志，得到了领导和同事的肯定。

我没有辉煌过去，只求把握好现在和将来。今天，我参加“95598”客户服务的竞聘，主要基于以下几个方面的考虑：

一方面我认为要担任“95598”客户服务员工作，一定有吃苦耐劳、默默无闻的敬业精神，我从小在农村长大，深深懂得“宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来”的道理。我爱岗敬业，工作踏踏实实，兢兢业业，一丝不苟，不管干什么从不讲价钱，更不怨天尤人，干一行，爱一行，努力把工作做得最好。

二是有虚心好学、开拓进取的创新意识。我平时爱读书看报，谦虚好学，不耻下问，也学习了一些其他单位有关“95598”和优质服务的有关知识，在今后工作中要取其精华，去其糟粕，为我所用。另外能够熟练地使用计算机进行网上操作、文字处理和日常维护等。我朝气蓬勃，精力旺盛，工作热情高、干劲足，具有高昂斗志。

第三，我在供电所也担任客户服务工作，正所谓近水楼台。工作期间，为客户办理新装、增容、暂停等业务，接待客户时，做到了主动、礼貌、耐心、热情，并且仪容自然、大方、端庄，举止文雅、礼貌、精神。从未与客户发生过冲突，让客户高兴而来，满意而归。

另外，我语音清晰、语言亲切、语气诚恳，加之在供电所工作期间打下的良好基础，我相信我有能胜任95598客户服务员一职，如果能竞聘成功，我会不负众望，不辱使命，做到“以为争位，以位促为”。

第一、加强学习，提高素质。一方面加强政治理论知识的学习，不断提高自己的政治理论修养和明辨大是大非的能力。另一方面是加强业务知识和高科技知识的学习，紧跟时代步伐，不断充实完善，使自己更加胜任本职工作。



第二、扎实工作，锐意进取。既发扬以往好的作风、好的传统，埋头苦干，扎实工作，又注重在工作实践中摸索经验、探索路子，和大家一道努力把凌源的95598客户服务塑造成品牌服务。

不容置疑，在各位领导和同事面前，我还是一个才疏学浅、相对陌生的学生或者新兵；我不敢奢求什么，只想让大家认识我、了解我、帮助我，抑或喜欢我、支持我。也正因为如此，我更加清醒地看到了自身存在的差距，促使我在以后的工作当中，励精图治，恪尽职守，努力学习，勤奋工作，以绵薄之力来回报各位领导和同志们。

谢谢大家！

### 宾馆客房演讲稿篇三

大家好！欢迎回到我们电话客服管理系列的培训课程。今天想跟大家分享的单元名称，叫做电话客服指标管理。

这个单元，我相信我们在视频前面的朋友，如果您长期从事电话客服或是联络中心管理工作的话，应该比较熟悉，不会感到陌生。

传统观念里面，我们一讲到电话客服中心的管理，一讲到联络中心管理，大家一定是先想到一些相应的管理指标，包括servicelevel[]包括客户满意度，包括平均应答时间，话后处理时长……这些数字，我相信很多大家都耳熟能详，也是大家日常管理上面经营的一些重点。

但在开始今天要介绍的课程内容之前，我想先跟大家分享一个观念。这几年因为我自己个人从业的经历，不只曾经在咱们的联络客服中心服务过，到后面，有很长一段时间是在电话销售中心，帮企业提供服务。从我个人的经验感觉，在我们以客服为主要职能的联络中心，跟我们以销售为主要职能

的电话销售中心，最大的差别还是在于日常管理以及管理层的思维，跟公司更高层的总体管理，彼此之间的贴近程度。

什么意思？因为，我过去第一份工作是在以客服为主要职能的联络中心，后面才慢慢到我们的电话销售中心。在我早年从事电话客服工作的时候，我会发现我们电话客服中心的总经理，虽然他下面也管了20xx多个员工，每年也要承担公司好几千万预算的使用，可是一旦到了公司比较高层级会议上面的时候，往往客服中心就是一个相对比较吃亏跟受气的部门。大家就感觉，你客服中心就是在我企业里面花钱的，你也不带来实际的收入，然后工务部门也好、销售部门也好、市场部门也好、产品制造部门也好，我哪个部门出现问题，就是靠你客服部门来帮我兜底。因为很简单，我其它部门大概都有能力去外面赚钱，就你客服部门，是要靠公司的预算来维持生存。长期以来很多人就觉得，可能在客服管理或者是说联络中心管理，这条路上面发展是比较有限的，或是说，在公司的不同职能安排里面，客服是属于相对次要的地位。

但从这几年的实践上面我发现，可能慢慢大家观念开始转换，尤其我个人的部分，我也开始越来越认同，所谓的以客户为中心、结合销售跟客服为一体的概念。什么意思呢？我认为今天的联络中心，当然我们还是要看传统的这些考核指标，但是更重要的，今天我作为一个联络中心的从业人员，甚至我作为联络中心的一个中高层的主管，我应该要更多的去关注，公司更高层主管们所关注的一些焦点问题是在哪里。

比方说，公司可能会关注我的业绩、关注我的利润率、关注我们客户的生命周期、客户终身价值、客户他推荐新客户的比例……这些数字，我觉得不只是说其它的市场营销部门要关心，客服中心、联络中心一样要关心。甚至，我要更进一步去找到公司这些数字，跟我联络中心之间可能存在的关系。

今天客户之所以选择留在我们公司、继续在我们这边购买服务或产品，一定是对我们的服务产品跟所有互动过程当中感

到满意。这当中，因为联络中心在第一线，有跟客户多次的沟通接触的机会，而且我有不同的渠道跟客户接触的信息，我怎么样能够把这些信息使用起来、利用起来，然后去分析出不只是联络中心本身，甚至包括产品、包括市场营销、包括其它各个部门跟客户之间的一些相应的关系。这个，我觉得才是未来联络中心真正能够发挥它的作用，提高它在企业当中地位的关键。

讲完这些之后，还是回头讲到我们最常碰到的一些考核指标，也简单地跟大家过一下。因为这部分内容，外面有很多老师在跟大家讲，大多数视频前面的学员，我相信对这些观念也都不陌生，所以我们用比较快的速度带过去。

首先，我们有一些客户满意度指标，简称叫csat。服务水平可能要特别提醒的是说，一般来讲它是会有一些定义标准的，比方说我是百分之多少的电话在几十秒之内去接听，唯有大家假设前提是相同的情况之下，不同公司在sla这个指标当中比较，才是有意义的。否则有的公司说：我们公司的服务水平是80%的电话在20秒之内接听，另外一家公司是90%的电话在10秒钟之内接听，我的服务水平数字是不一样的，但是你不能因为这样，就说a这个数字比b会来得更高，因为可能大家的服务水平要求是不同的。

另外来讲，还有一些常用的指标，包括平均的应答时间、包括平均的通话处理时间、平均的话后处理时间，还有放弃率/应答率等等这些指标。

一通电话解决率，同样的就是刚才前面有提到，它还是会有一些附带的定义。比方说，有些公司的定义是假设24小时之内重复来电，我就把它当作问题没有解决；也有的公司是假设12小时之内没有重复来电就当做问题解决。这些也都是有关一次电话解决率附带的一些定义。同样还是前面讲的，唯有你后面的附带条件都相同的时候，我去比较两家公司的指标才会有更大的意义。

座席人员的利用率，我也是要再补充一下，同样的，它有不同的定义跟考核的指标，有的指标我的利用率，是把我们的中间培训跟会议的时间都一块算进去的，也有的指标，我是把我们的吃饭时间给剔除出去的，也有的指标我是单纯只看我的线上时间……同样的道理，当我们不同的公司，或是说哪怕我同一个公司在跟历史数据做比较的时候，一定要注意到我的取数口径必须是要一致的，这样我的指标考核跟追踪管理才会比较有意义。

接下来，跟大家简单介绍一下有关客户满意比较相关的指标。过去我们讲到联络中心，就像我刚才说的，大家更多观念还是会关注于联络中心怎么样去承担客户服务、让客户满意的一个职能，所以，大家会关注的比较多跟客户满意相关指标。从企业的角度来讲，我们之所以关注客户满意指标，是因为我们认为客户满意，是预测客户未来的行为，或者是客户忠诚度的一个相对有效的指标。待会儿我会跟大家介绍一个更新的理念，叫做客户净推荐值，这个指标在过去大概三五年的时间已经被证明，可能会是比我们客户满意度来预测客户的销售行为或是客户忠诚度，更加有效的一个指标。

首先，我觉得还是先把过去大家常用的一些指标简单地介绍一下。包括投诉率，可能根据不同的行业，会有不同的投诉率的一些取数的公式或是口径。比方说像过去我在保险行业工作，我们就会看每万元保费产生的投诉量会是多少，也有的行业，它会看的是我根据客户数来考虑投诉量是多少，或者订单数来考虑它的投诉量是多少。

另外满意率跟不满意率，也是有一些相应的指标。但这边我可能要特别提到的是，坦白讲在国内工作这么多年，我发现国内的满意度这个数字的指标，往往比国外的数字偏高。比方说，经常我们看到很多联络中心号称它的满意度指标达到98%、达到99%，而且可能连续三年、五年甚至更长的时间，都维持这样的数字。但这个数字我们比照欧美的一些标杆企业的标准，发现几乎是不可思议的，很多欧美我们认为在服

务上面的标杆企业，可能它的满意度数字也只有到90%~92%这样一个水平。

回过头，我们去追溯为什么会有这样的条件跟现象？其实我们就发现，到最后还是取数口径的问题，甚至来讲，国内很多联络中心的所谓的满意度，是用它自己的公式、自己的取数标准、自己的题目去问客户的，我觉得从企业管理的角度上来说，就比较缺乏相应的有效性。假设我的数字取数本身是有问题，或是公式计算有问题的话，事实上对我企业管理的参考价值反而是比较有限。

另外，我们会看问题解决的成功率、我们会看续购率/回购率、我们会看投诉问题的处理时效、还有刚才我前面讲到的客户净推荐值，这些都是跟客户满意相关的监控指标。

后面，我们花点时间比较深入地介绍有关客户净推荐值的内容。首先，我们简单介绍一下，客户净推荐值应该要怎么去计算，实际上计算方式还是比较简单的。第一个是，我们的问题要固定下来，它的题目就是说‘请问您有多大的可能性跟您身边的同事或是朋友来推荐我们公司的产品或者是服务？从0到10麻烦您选一个数字，0是代表一点都不可能推荐，10是代表非常有可能跟我身边的同事朋友去做推荐，请您选一个数字回答。’在这样一个问题当中，我们会发现可能从0，1，2，3一直到10都会有人去选择，根据客户回答的结果，然后我们去计算出所谓的nps值，就是我们的客户净推荐值。

怎么计算呢？首先就是算出来在0到10当中，选择9跟10的人数占全部人数的比例是多少，这个数字，是这些人愿意帮我们跟朋友去做推荐的。再找出第二个数字，就是0到10当中我去选0到6的客户又有多少？那这个数字，是作为一个减分项的，简单来讲，比方说我们在100个客户当中有50个人他选择9到10，那我这边是50%，可是另外我又有30个人选择了从0到6当中的数字，所以后面又要减掉一个30%，所以50%—30%最终nps值只有20%。

很多时候，我们有些企业真正开始实施客户净推荐值之后它觉得很惊讶，因为我的客户净推荐值竟然是负的！因为我有许多0到6的客户，到最后虽然有很多客户愿意帮我推荐给朋友，但是因为0到6的客户也不少，最终我的客户净推荐值是负的。

所以，我认为我们的客户净推荐值它相较于客户满意度，有一个更先进的观念是什么呢？可能过去，要么我是单独看满意的客户是哪些，客户满意度；要么我是看不满意的客户是哪些，看不满意度。但是今天客户净推荐值的计算跟比较当中，我必须去两方面去兼顾，对我特别满意的这些客户，愿意推荐的这个数字我要能够拉高，但另外一方面，对我相对不满意、不愿意把我的服务产品推荐给朋友的这些客户，我也必须要严格地去控制甚至要去降低，这样才能够取得一个比较高的nps净推荐值的这样一个公式。

第一个，因为它长期地使用并且去改善它的nps值，所以他们要求它的新员工最少要培训三周的时间之后，才能够进到苹果体验的门店。

第二个来讲，它的所有基于nps的满意度调查是例行性地去进行的，所谓例行性可能不只是每年或每季度一次，它基本上是属于每天都在相应地进行，当然它的统计可能是每周或每个月去做这样的通报，但另外针对有部分的调查结果，它是及时的在几个小时之内反应给门店的。它的观念是说，我今天去做nps相关的这个数字指标的调查，目的首先并不在于说我要去把这个数字计算出来，然后报给总经理、报给董事长，而是在调查过程当中，如果我有发现一些我做得不好或是客户不满意的地方，我要第一时间反馈给我们的销售现场，反馈给我们的服务支持部门的现场，让他们及时的去做补救。

所以接下来一个动作，就是它会要求我所有的调查结果反馈过来之后，店长必须要亲自回访每一位不满意的客户，然后每天在它这些销售部门的晨会，在这些体验店每天的晨会当

中，都要讨论基于nps的这些客户反馈。

最后一点是，它的nps会跟每一位员工的绩效考核去做结合。

最终的这样一个结果是，他们发现长时间的调查下来，愿意选9跟10推荐它们产品服务的这些客户，最主要的满意来源还是来自他们门店员工的服务接待，就是因为他们的整个作业流程、整个考核，事实上是跟nps比较好的结合起来的。

简单总结来说，为什么这几年nps在国外实践得比较好，我个人认为当然不单纯只是说，在它的公式或是指标设计上面的优越，因为，我觉得公式指标其实各有各的好处，整个nps的执行，它的重点是在于通过这样的—个流程设计跟结合，它能够更直接且快速地向客户去进行学习。

以上，是我们有关客服相关指标管理的分享内容，这次的单元到这边结束。谢谢大家！

## 宾馆客房演讲稿篇四

尊敬的各位领导、各位评委：

大家上午好！

今天，我要参加竞聘的岗位是电信客户经理一职。首先，感谢州公司党组、公司人力资源部能为我们提供展示个人才华和实现自我价值的机会。我叫xxx，退伍后就读于云南省邮电学校，学习综合电信专业，并于20xx年毕业。来自麻栗坡县电信分公司。今年25岁，共产党员。我本人19xx年参军，20xx年参加电信工作，干过线务员、营业员、营销员、技术支撑助理等工作。2年多来，我从事过传输、数据、九七系统、宽带调测、局域网、光纤城域网等维护工作。

我今天来参加电信客户经理的竞聘有三个优势：

第一、我具有扎实的运行维护知识，有能力为商业客户部工作提供优越的技术支撑条件。

第二、我具有较强的求知欲望和积极向上的进取精神。在工作之余□20xx年参加南京邮电学院电子商务函授专科的学习，在实践中边学习边运用，努力提高自己的专业理论知识和实践能力。

第三、我具有较好的文化修养和年轻优势，并且适应能力强，能吃苦、敢于拼搏，有朝气、有闯劲。以上的优势加上对电信企业强烈的使命感和责任心，促使我今天走上州公司的竞聘演讲台，来参与商业客户部技术支撑经理一职的竞聘。

我先介绍一下以前的一些工作：

宽带调测安装和维护，网吧维护、各单位局域网，光纤城域网维护和各单位话费包干、电脑的销售安装维护□ip超市安装维护以及做一些业务技术方面的资料。当时麻栗坡县城adsl用户有600多户，一个人面对这么多用户的维护工作，确实有些辛苦，但我始终把用户的事放在第一位，把公司的“用户至上，用心服务的”宗旨放在第一位，做好了公司领导安排的工作任务。

在竞争激烈的今天，价格战加剧的今天，有一支强有力的技术支撑队伍就可以减少客户流失。前一段时间，联通用低价格诱惑网吧想要把我们的客户抢走，我们经过走访调查，大部份客户对我们的人员是满意的，服务是满意的，不管是在休息时还是在晚上12：00，我做到了只要电话一到我就随即到客户的网吧，这样客户对我们就有了感情，有了感情作为基础，开展工作也很顺利，虽然面对的是低价格诱惑，但是所有的用户还是选择了我们电信的adsl及fttx+lan□“大用户绝对不能丢失，也不能让用户感觉我们的服务差”，这是在联



通介入网吧战争时，我首先给自己定的一个小小的目标。

从维护工作中也学到了好多知识，我在实践中边学习边运用，不但提高了自己的专业理论知识和实践工作能力；而且还积累了丰富的维护经验。

因为积累了以前一些工作经验，所以对于客户经理的竞聘我充满了信心。

接下来，我将从五个方面来叙述我的工作思路：

### 一、当好助手

作为商业客户部技术支撑经理，我认为在当好本部门的“助手”外，还要负责一些重要的商业客户，如网吧和多媒体大户、经营性中小型商业客户的业务支撑、发展和管理工作，负责商业客户的营销管理、业务培养、潜在大客户的培育工作，负责宏观市场及个性化市场的跟踪调查工作，同时还要做好本部门的市场调查、档案和报表的管理等工作。

### 二、把握先机

商业客户市场较为广阔，潜力巨大，且用户属性较为复杂。随着市场经济的不断发展，商业客户的市场价格和利益回报必将成为各通信运营商争夺的焦点，谁把握先机，谁就将赢得主动权。因此，对商业客户的市场调查工作显得尤为重要，我们将通过市场细分与整合，逐步将其形成制度化、日常化、规范化，以便能随时掌握市场动态，同时为其它部门提供准确、完整的市场调查报告，实现数据共享，为公司的下一步决策提供依据。

### 三、积极的广告宣传和推广

对于电信企业而言，在激烈的市场竞争中，成本、技术、网

络等要素都是可以模仿和取代的，只有企业的品牌、信誉是不可替代的。随着通信技术的飞速进步与普及，各电信企业提供的同类产品之间的差异越来越小。而正是这种微小的差异的存在，便产生出鲜明的品牌效应。客户走进电信市场，受一种认同感的驱使，毫不客气地放弃哪些在满足需求方面有微小差异的商品，而对超越同类商品差异的著名品牌商品爱不释手。因此可以看出好的广告和宣传在现代市场营销中是必不可少的一部分。

#### 四、细分客户、建立技术资料库。

在确定商业客户的情况下首先对客户进行细分，商业客户的范围本身来说就非常广阔，有个体私营、集体经营、合资控股等等，其本身经营的范围和营销的手段多得数不胜数。因此，我们只有根据商业客户的本身价值、市场价值、当前市场所占份额、潜在市场的发展空间、未来的发展趋势等等进行细分，才能根据细分情况定位出重点服务对象、个性化服务对象和一般服务对象，然后建立客户动态档案库、个性化服务库和技术资料库，才能进一步完善和细化服务方式，提高本部门的运作效率。

#### 五、加强力量

商业客户部是为适应市场竞争需要对客户细分而建立的，面向商业客户提供个性化营销及服务的部门。随着市场经济的不断发展和通信需求量的不断增加，这些客户将会逐步成为各通信运营商争夺的焦点，所以加强商业客户部的力量是很有必要的。加强商业客户的技术力量也是势在必行。

以上便是我个人的客户经理竞聘演讲，希望大家能够支持我，我一定不会辜负领导与同事们对我的期望！

我的演讲完了，谢谢大家。

文档为doc格式

## 宾馆客房演讲稿篇五

尊敬的各位领导，同事们：

大家好！

我叫xx□今天竞聘的职位是客服中心班长，首先我简单介绍下自己。我叫\_\_\_。我从年来公司至今，我从客服代表做起，在中心领导为员工提供的晋升平台上，我把握机会通过自己的努力从组长一直走到现在的班长岗位。是和领导和同事们的帮助和支持是分不开的。所以我更加努力工作，终于在的文化节上带领我的团队获得团体二等奖的好成绩。得到这个团体奖比我自己得到个人奖项还要高兴，这是我们集体的共同努力的结果。

首先我来说一下在我担任班长这一年里对班长的工作的认识，要想成为一名合格的班长，我用5个词组来概括，第一就是领悟，我们要正确领悟领导的意图和公司下达指令和目标。第二就是沟通，把我们所领悟的东西下传给我客服代表，然后再把工作中遇到的问题反馈给我领导，做好上传下达，做好纽带，第三就是执行，严格执行中心的制度，确保完成各项运营指标，第四就是创新，在工作中只有不断的思考创新才能进步，才能提升业务服务水平，最后就是班长要以自己的魅力使这个集体凝聚在一起，来发挥他的潜力，这样在才能达到人员培养、业务发展和客服服务多丰收目标。

其次我要谈一下对于管理者的认知，在一个班组内，一名班长她担任的角色有很多，同时伴随她的转变就有多样，在话务突增时，她需要及时调配坐席人数来保证指标的正常完成这时她是一名决策者，在客服代表有想法有意见时，她要及时把这些建议反馈给领导，使领导更好的`掌握员工的思想动态，这时她是一名联络官领导的好助手，在用户和客服人员

需要帮助时，及时为他们解决问题这时她又是一名服务者。总之作为一名决策者、管理者和执行者我们要塑造自己的性格魅力。

如果我还能继续担任班长，我打算主抓一下四点，首先我把团队建设放在第一位，由于我们客服中心部做了调整，预定人员会分到班组内进行前台接续工作，所以怎样能使这部分客服代表在能尽快适应前台工作是非常重要的。我的目标是内促氛围，外树形象。其次就是运营指标，我的目标是不断创新，严守指标，第三就是服务，我会在通过听音培训和班组开展服务值周生的活动来提升大家的服务水平。服务值周生的职责就是用来监管本班级的服务质量，这样大家优者当选，对提升班级服务质量也会起到正面竞争作用。当然如果本周的服务水平在服务值周生的监管下有所提高，值周生会有相应的奖励。最后就是学习成长部分，我们只有过硬的业务基础才能更好的为用户服务，所以我们在积极进取的同时也要稳扎基础知识。

## 宾馆客房演讲稿篇六

大家好！

今天我给大家讲一个关于我们客服经理与宽带用户的一些事一些情，事情是我在做每月优秀案例筛选听录音时发现的。内容是我们客服经理联系用户通知其宽带服务将要到期了，而用户表示将不会使用我司的服务，吐槽了一大堆，原因是觉得我司网络不稳定，价钱也不太优惠，打算要转用别的公司服务，当时客服经理则用带着微笑而非常亲切的语气询问用户使用上有哪些问题，根据用户反映的问题而耐心去回应并作出跟进的承诺，安抚用户，然后将我司现行的优惠政策详细地与用户作出介绍，和用户作比较，为用户提供适合他的优惠套餐，用户最后也被我们客服经理的热诚打动了，而令我感到深刻的是，用户对我们客服经理说：亲！你的声音真好听，我不是被你的优惠所吸引的，是你的声和热诚让我

愿意继续使用你们的服务，希望你们可以把服务做得更好，客服经理也回应说：您的声音也非常好听啊！有你们用户的支持我们的服务一定会做得更好，希望您以后继续使用我们的服务！

干我们客服这行的，除了公司政策上的优惠，声音就是我们有力的武器！因为我们只能通过电话跟用户联系，彼此看不到对方的表情反应，态度等，只能通过声音做沟通，而沟通的效果就是看声音语气表述是否能激起用户的兴趣，就像上面的例子，有时候用户接受的不一定是我们能给他多少优惠。所以我们科室客服经理的位置上每人都有一块小镜子，练习微笑。我们每天联系用户时都是保持着微笑的，而这种微笑是通过电话让用户感受到的，用我们带着微笑的声音和热情去用户联系。

谢谢！

## 宾馆客房演讲稿篇七

、各位师傅、各位同仁，大家好！

我是

XX

城区客服部

XXX

。我演讲的题目是“客户在我心中”。长假基本没有休息，奔波于大街小巷，忙碌于各个客户门店。我服务，我奉献，我快乐！因为我看见了消费者愉悦的表情，看见了零售户点钞票的笑容；因为我为祖国六十华诞也献上了一份绵薄的礼物！

我是一个客服新兵，在将近一年的时间里，每当夜深人静，我翻开工作笔记本的时候，回想起与客户交流情景的时候，兴奋之情油然而生。我深深地感到，客户在我心中，是多么的充实和快乐！

公司是树，客户是根，服务是本。客户成功了，公司才能成功，宜春烟草的品牌形象才能树立起来。客户经理传递的不仅仅是卷烟，更是对客户的关心。“以客户为中心”的宗旨，我们要时刻牢记！

客户在我心中，就是要坚持“以人为本”，把客户当作自己的朋友，做到人性化服务。不仅仅是多一点微笑，多一点热情，不仅仅是宣传政策和法规，还要倾听他们的诉说，想客户所想，急客户所急。在日常拜访过程中，积极地了解客户情况，包括他们的个人志趣、爱好、重要纪念日等等，以便更好地与零售户沟通，并及时送上节日喜庆的祝福。零售户有困难时，我们可以量力为客户解决。

商情信息，协助他们拟定销售计划，理清库存，引导他们转变经营理念，调整品牌结构，努力为他们

提供更多

的，可供选择的货源，帮助他们提高经济效益。到投诉咨询、新户培训，从

网

络技术的熟练到同客户沟通的艺术，从售前服务、售中服务到售后服务，从营销学到心理学等等，是一个系统工程。我作为一个新兵，全面提高自身素质任重而道远。

回顾近一年来的历程，从陌生、担忧到热爱和逐步入门，每一步都离不开

领导

和同事们的关心、培养和耐心指教，客户在我心中，

领导

和同事们也在我心中！

客户在我心中，是责任、是效率！我将不懈努力，做到爱岗敬业，吃苦耐劳，遵纪守法，争做一名合格的客户经理！

谢谢大家！