# 客服部工作总结推荐 2024客服部工作总结怎么写[精选8篇]

来源：会员投稿 作者：红叶飘零 更新时间：2024-01-17

*认真写好工作总结我们能够更好地发现自己在工作中的不足并努力弥补，提高自己的工作能力，工作总结应该能够总结出工作中的问题解决和决策能力，小编今天就为您带来了客服部工作总结推荐8篇，相信一定会对你有所帮助。客服部工作总结篇12024年是医院实施...*

认真写好工作总结我们能够更好地发现自己在工作中的不足并努力弥补，提高自己的工作能力，工作总结应该能够总结出工作中的问题解决和决策能力，小编今天就为您带来了客服部工作总结推荐8篇，相信一定会对你有所帮助。

客服部工作总结篇1（客服部工作总结推荐理由）

2024年是医院实施“绩效考核”，争取“收支平衡”，贯彻“统筹发展”的关键年。一年来，围绕院领导提出的“一条主线、两大目标、三个确保、七项任务”的总体目标，服务中心统一思想，齐心协力，以“星级服务”为标准，以落实、完善、发展、创新为主线，完成了以下工作。

一、服务落实（客服部工作总结推荐怎么写）

通过今年开展的“满意一百”及“四个寻找”活动，客服中心认真查找工作中存在的问题，积极采取一系列改进措施，取得了较为明显的效果。

1、明确了自身的工作坐标和职能定位。就是没人做的事我们做，没人管的事我们管，人人争当爱管闲事的管家婆。稳固市场资源留住客户，发展客户资源延伸服务，搞好市场调查提供数据。

2、实施了本科的绩效考核和二次分配。为了真正实现“多劳多得”的激励效果，我们根据科内设置的导医、咨询、出院随访、体检追访四个岗位的特点及人员业务情况，制定了具体岗位目标和岗位要求，在此基础上，大家讨论产生了客服中心绩效考核办法。为确保新办法公平有效，还预先进行了x个月的模拟试行，根据大家的反馈重新调整修改后，于今年x月份正式运行。

3、完善了导诊的相关资料和基本依据。随着医院的不断发展，专业科室日益增多，为了及时了解这些专业和专家的动态信息，详细介绍给患者，我们收集整理了新成立的乳腺、风湿代谢等x个科室和xx个专家的资料，补充进我们的`入院及门诊导诊词。

二、服务发展（客服部工作总结推荐信）

几年来的服务实践使我们深深认识到：真正的服务创新蕴藏在病人提出的意见中，所以从去年x月份起，医院开始向每位出院患者发放行风评议卡，请大家就住院期间感受到的服务和医务人员行风情况做出评价，为了让患者能够大胆反映、直言问题，院方指定我科回收评议卡，并整理患者提出的意见和建议，及时反馈给相关职能部门。今年以来，我们共收集整理行风评议卡xx张，收集服务方面的表扬意见和建议百余条。这项活动的开展，对加强医患沟通，有针对性的改进工作，提高服务能力和水平起到积极的促进作用。

三、服务创新（客服部工作总结范文）

为病人服务永无止境，需要我们在工作中不断摸索和创新，虽然有些事十分细小，只要用心，就能给病人留下深刻印象。比如我们为门诊糖耐量检查患者调配糖溶液，代行动不便患者办理盖章等各种手续。今年x月份起，在医院护理部、采购中心、总务科等部门的大力支持下，我们还推出了一项便民服务新举措——“爱心百货送床前”活动。客服人员每天固定时间到各病区巡回服务，如患者临时有紧急需求，也可拨打代购电话，医院对代购货品的质量、价格、服务规范及服务纪律等，都制定了严格的规范监督措施。这项活动开展以来，已服务了上千位患者，接受电话预约送货服务xx余次。

在服务中心全体人员的一致努力下，今年尽管我们做了一些应该做的工作，也取得了一定成绩，但是存在的问题也不容忽视。

一是在服务过程中，还突出的表现在眼界狭窄、思路保守、知识缺乏，新意不够多，点子不够多，办法不够多。

二是客服人员的服务意识需要进一步加强。

三是导医的培训水平有待提高。以上这些问题需要我们在以后的工作中逐步改进，争取更大成绩。

客服部工作总结篇2（2024客服部工作总结怎么写）

我通过这一年的学习与工作，工作的方式、方法都有了较大的进步，现将一年年多来的工作情况总结如下：

一、客服接待员的日常工作（客服部门工作总结范文简短）

由于客服部的工作是直接面对本小区业主，所以客服部是小区物业公司形象最为重要的一个部。也正因为如此，公司制定了“天天让您满意”的服务宗旨和一切为了顾客、一把手亲自抓、一票否决制度、一丝不苟态度、一抓到底作风的“五个一”质量文化准则。客服管理员的日常工作主要有：接待业主来访;处理业主投诉;处理业主报修的联系、跟进、回访工作。

二、加强学习，提高业务水平（客服部门工作总结）

由于感到自己的知识、能力和阅历与自己的岗位有一定的距离，所以总不敢掉以轻心，一年多来不断加强在专业知识方面的学习，在这方面公司也加强了对专业知识的培训和考试等方式，使我们在工作中能够灵活运用相关的专业知识，这样下来在业务水平方面的确有了一定的进步。

经过不断的学习、不断积累经验、知识，均已具备了一定的工作能力，能够自行处理日常工作中的各种问题。能够以正确的态度对待各项工作任务，热爱本职工作，认证努力贯彻到实际工作中去。积极提高自身各项业务素质，争取工作的主动性，努力提高工作效率和工作质量。

三、存在问题和今后努力的方向（2024年客服部工作总结）

通过对这音多工作的总结，着实发现了一些问题和不住，主要表现在：

(一)由于最初对物业管理专业不是很了解，许多工作都是边干边摸索，以致有时工作起来不能游刃有余，工作效率有待进一步提高。

(二)有些工作还不够细，一些工作协调不是十分到位。

(三)相关的专业理论水平还不能全打到刚公司对一名合格管理员的要求。对于物业公司最重要的工作之一就是收缴物业费，每年我们对物业费都有优惠政策，这样一来可以提高物业费的收缴率，是对我们公司服务质量的衡量，更是业主对我们所做工作是否满意的体现。

(四)维修墙体发霉也是我们上班年的工作重点之一。因此物业公司的.领导和地产负责人分析了主要原因：一方面是冷桥现象，再就是是墙体阴水造成的。

因此制定了维修方案：我们客服部接到报修墙体发霉的电话第一时间先给地产负责人回报情况，较为重要的地产负责人回亲自去看，分析情况，安排维修人员及时处理，尽量做到让业主满意。

今后在工作中把提高物业管理知识、服务态度、工作水平作为重点。不断加强学习，拓宽知识面，努力学习物业管理知识和相关法律常识。

加强对物业公司发展的了解，加强周围环境、同行业发展的了解和学习，要对公司的统筹规划，但前情况做到心中有数;更要注重本部门的工作作风建设，加强管理，团结一致，勤奋工作，形成良好的部门工作氛围。不断改进对业主、其他部门的服务水平及支持没配合能力。

我将以饱满的热情服务好业主，维护好公司利益，积极为业主提供优质的服务，为公司创更高价值造，力争取得更大、更优异的工作成绩。

客服部工作总结篇3（客服部总结报告）

2024年，客服部在公司领导的大力支持和各部门的团结合作下，在部门员工努力工作下，认真学习物业管理基本知识及岗位职责，热情接待业主，积极完成领导交办的各项工作，办理手续及时、服务周到，报修、投诉、回访等业务服务尽心尽力，物业费收取率提高，顺利完成了年初既定的各项目标及计划。

截止到2024年11月28日，共办理交房手续312户，办理二次装修手续171户，二次装修验房126户，二次装修已退押金106户。车位报名218户。

以下是2024年重要工作任务完成情况及分析：

一、日常接待工作

每日填写《客户服务部值班接待纪录》，记录业主来电来访投诉及服务事项，并协调处理结果，及时反馈、电话回访业主。累计已达上千项。

二、信息发布工作

本年度，客服部共计向客户发放各类书面通知约20多次。运用微信、短信发送通知累计968条，做到通知拟发及时、详尽，表述清晰、用词准确，同时积极配合通知内容，做好相关解释工作。

三、入户服务意见调查工作

客服部工作人员在完成日常工作的同时，积极走进小区业主家中，搜集各类客户对物业服务过程中的意见及建议，不断提高小区物业管理的服务质量及服务水平。截止2024年xx月xx日，客服部对小区入住业主进行的入户调查走访38户，并发放物业服务意见表38份。调查得出小区业主对客服部的接待工作的满意率达90%，接待电话报修的满意率达75%，回访工作的满意率达80%。

四、建立健全业主档案工作

已完善及更新业主档案312份，并持续补充整理业主电子档案。

五、协助政府部门完成的工作

协助xx街派出所对入住园区的业主进行人口普查工作。为10户业主办理了户口迁入手续用的社内户口变更证明。

六、培训学习工作

在物业公司经理的多次亲自现场指导下，客服部从客服人员最基本的形象建立，从物业管理最基本的概念，到物业人员的沟通技巧，到物业管理的各个环节工作，再结合相关的法律法规综合知识，进行了较为系统的`培训学习。物业管理圈。部门员工由一个思想认识不足、对工作没有激情的队伍，成长为对公司充满憧憬，对行业发展和自身成长充满希望的团队；把部门员工由一个对物业管理知识空白的队伍，培训成具有一定物业管理知识的团队。

七、工作中存在的不足、发现的问题及遇到的困难

1、由于客服部均未经过专业的物业管理培训，关于物业方面的知识仍需系统学习，服务规范及沟通技巧也要进一步加强。

2、业主各项遗漏工程的工作跟进、反馈不够及时；

3、物业各项费用收取时机、方式、方法不够完善；

4、客服工作压力大，员工身体素质及自我心理调节能力需不断提高；

5、客服工作内容琐碎繁复，急需科学正规的工作流程来规范，并合理运用先进的管理软件提高工作效率，规范工作流程。

综上所述，2024年，客服部虽然取得了一定的成绩，但还没有完全达到公司的要求，离先进物业管理水平标准还有一段距离，我们今后一定加强学习，在物业公司经理的直接领导下，依据有关物业管理的法律法规及《物业服务合同》为业主提供规范

客服部工作总结篇4（客服部年度工作总结）

2024年对于xx物业来说，可以说是成长的一年，发展的一年，我们在不断改进和完善各项管理机制的一年。在这当中，物业客服部的工作得到了公司领导的关心与支持，同时也得到了各兄弟部门的大力协助，经过全体客服工作人员一年来的努力工作，各项工作制度不断得到完善和落实。‘服务至上，用心做事’的理念铭刻在每一位客服工作人员的脑海，新年已至，回顾一年来的客服工作，有得有失，现将一年工作总结如下：

本年度客服部8名员工中有6位工龄在半年以内，也是企业的新鲜血液，在加入本部后，以最短的时间内，掌握本部工作程序，以最快的速度适应岗位工作，客服部员工认真学习岗位知识，及时解答业主疑问。年度接待来电来访万余次，客服员登门走访业主200余户，投放各类通知20余份。截止12年12月底，办理接房8483户，办理装修6976户，现小区在住人数3500余户。

本年度物业费收缴情况；现1，2，3期物业费用收取的日期，分为四个阶段，给物业费的收取增加了一定的难度。进入8月份以来，客服部对拖欠物业费的业主进行了电话提示的催缴工作，要求业主以汇款和柜台结算的方式进行缴纳物业费用，对现居住在小区恶意拖欠物业费的业主，进行提示，限期及停办一切服务项目的措施催缴物业费，在物业费的催缴过程中，虽然我们的客服员遭到了业主的不理解与语言攻击，但客服员都能以服务至上的工作态度为业主进行解说。截止12月底，已缴纳物业费业主6247户，占总体的75%。这个成绩是和我们每一位客服员的努力分不开的。

为了保证小区业主能够正常乘坐班车，杜绝外小区人员乘坐，浪费小区资源。客服部对业主乘车卡的发放进行了规范管理，发卡时严格核对业主信息，限一户一卡，对车卡充值的业主进行身份核对，挂失补卡等都做到了登记备案，控制了乘车卡的外流问题。在12年中，业主主要报修项为外墙渗水，飘窗进水未装修房屋有水渗入楼下，洗手间下水管漏水等问题，及门锁，窗等常见问题，走廊照明，电梯停用等。以上问题客服部都已及时上报及时派工及时给予解决，并做好回访工作。

尽管本部门总体工作取得了良好的成绩，但仍存在一些问题，为了进一步做好明年工作，现将本部门存在的问题总结如下：员工的业务素质和服务水平偏低，主要表现在处理问题的技巧和方法不够成熟，应对突发事件的经验不足，在服务中的职业素养不是很高。协调处理问题不够及时妥善，在投诉处理，业主意见建议，业主求助方面，欠缺部门协调，跟进和报告。

2024年工作计划和重点：2024年我部重点工作为，进一步提高物业费收费水平，在12年的基础上，提高1至5个百分点，部门管理基本实行制度化，员工责任心和服务水平有显著提高，各项服务工作有序开展，，业主满意率有所提高，加强部门培训工作，确保客服业务水平提高，密切配合各部门工作，及时妥善处理业主纠纷和意见建议。

同时希望能有机会到比较成熟的社区学习，掌握更好的服务意识，提高自身的专业水平。新的一年，已经到来，希望我们团队每一位珍惜在一起的和谐气氛，创造更多的惊喜与超越，更好的发挥团队精神，以“业主无抱怨，服务无遗憾，管理无盲点，工程无隐患”为工作目标，客服部全体以更饱满的精神去面对新的一年，共同努力为xx物业公司谱写崭新辉煌的一页。

客服部2024工作总结

忙碌的2024年即将过去。回首客务部一年来的工作，感慨颇深。这一年来客服部在公司各级领导的关心和支持下、在客服部全体人员的积极努力配合下、在发现、解决、总结中逐渐成熟，并且取得了一定的成绩。

一、提高服务质量，规范前台服务。

自2024年我部门提出首问负责制的工作方针后，2024年是全面落实该方针的一年。在日常工作中无论遇到任何问题，我们都能作到各项工作不推诿，负责到底。不管是否属于本岗位的事宜跟踪落实，保证公司各项工作的连惯性，使工作在一个良性的状态下进行，大大提高了我们的工作效率和服务质量。根据记录统计，今年前台的电话接听量达26000余次，接待报修10300余次，其中接待业主日常报修7000余次，公共报修3300余次；日平均电话接听量高达70余次，日平均接待来访30余次，回访平均每日20余次。

在首问负责制方针落实的同时，我们在7月份对前台进行培训。主要针对《前台服务规范》、《前台服务规范用语》、《仪态礼仪》、《谈吐礼仪》、《送客礼仪》、《接听礼仪》、〈举止行为〉、〈前台办理业务规范用语〉等进行培训。培训后还进行了笔试和日检查的.形式进行考核，而且每周在前台提出一个服务口号，如微笑、问候、规范等。我们根据平时成绩到月底进行奖惩，使前台的服务有了较大的提高，得到了广大业主的认可。

二、规范服务流程，物业管理走向专业化。

随着新《物业管理条例》的颁布和实施，以及其它相关法律、法规的日益健全，人们对物业公司的要求也越来越高。物业管理已不再满足于走在边缘的现状，而是朝着专业化、程序化和规范化的方向迈进。在对园区的日常管理中，我们严格控制、加强巡视，发现园区内违章的操作和装修，我们从管理服务角度出发，善意劝导，及时制止，并且同公司的法律顾问多沟通，制定了相应的整改措施，如私搭乱建小阁楼、安外置阳台罩的，一经发现我们马上下整改通知书，责令其立即整改。

三、改变职能、建立提成制。

以往客服部对收费工作不够重视，没设专职收费人员，由楼宇管理员兼职收费，而且只在周六、日才收，造成楼宇管理员把巡视放在第一位，收费放在第二位，这样楼宇管理员没有压力，收多收少dou一样，甚至收与不收一个样，严重影响了收费率。所以，从本年度第二季度开始我们开始改革，取消楼宇管理员，设立专职收费员，将工资与收费率直接挂钩，建立激励机制，将不适应改革的楼宇管理员辞退。招聘专职收费员，通过改革证明是有效的。一期收费率从55％提高到58％；二期从60％提升到70％；三期从30％提升到40％。

四、加强培训、提高业务水平

物业管理行业是一个法制不健全的行业，而且涉及范围广，专业知识对于搞物业管理者来说很重要。但物业管理理论尚不成熟，实践中缺乏经验。市场环境逐步形成，步入正轨还需一段很长的时间。这些客观条件都决定了我们从业人员需不断地学习，学习该行业的法律法规及动态，对于搞好我们的工作是很有益处的。

客服部是与业主打交道最直接最频繁的部门，员工的素质高低代表着企业的形象，所以我们一直不断地搞好员工培训、提高我们的整体服务水平，我们培训的主要内容有：

（一）搞好礼仪培训、规范仪容仪表

良好的形象给人以赏心悦悦目的感觉，物业管理首先是一个服务行业，接待业主来访，我们做到热情周到、微笑服务、态度和蔼、这样即使业主带着情绪来，我们的周到服务也会让其消减一些，以使我们解决业主的问题这方面，陈经理专门给全部门员工做专业性的培训，完全是酒店式服务规范来要求员工。如前台接电话人员，必须在铃响三声之内接起电话，第一句话先报家门您好，天元物业x号x人为您服务。前台服务人员必须站立服务，无论是公司领导不是业主从前台经过时要说你好，这样，即提升了客务部的形象，在一定程度也提升了整个物业公司的形象，更突出了物业公司的服务性质。

（二）搞好专业知识培训、提高专业技能

除了礼仪培训以外，专业知识的培训是主要的。我们定期给员工做这方面的培训。主要是结合《物业管理条例》、《物业管理企业收费管理办法》等污染法规、学习相关法律知识，从法律上解决实际当中遇到的问题，我们还邀请工程部师傅给我们讲解有关工程维修方面的知识，如业主报修，我们应能分清报修位置、基本处理方法、师傅应带什么工具去、各部分工程质量保修期限是多少，是有清楚了这些问题，才能给业主宣传、讲。让业主清楚明白物业管理不是永远保修的，也不是交了物业管理费我们公司就什么都负责的，我们会拿一些经典案例，大家共同探讨、分析、学习，发生纠纷物业公司空间承担多大的责任等。都需要我们在工作中不断学习、不断积累经验。

五、组织活动、丰富社区文化

物业管理最需要体现人性化的管理，开展形式多样、丰富有趣的社区文化活动，是物业公司与业主交流沟通的桥梁。物业公司在往年也组织了大量的社区文化活动，如一些晚会、游园活动，短途的旅游及各类棋类比赛等。得到了全体业主的认可，但是结合现在物业的实际运营情况，0。3元／平方米标准的物业费连日常的管理开支都保证不了，更何况组织这些活动要花费相当大的一笔费用，在这种情况下，我们要克服困难、广开思路、多想办法，合理利用园区的资源有偿收费开展活动。

我们结合实际情况，联系了一些电器城、健身器材中心、迎利来蛋糕店、婴儿早教中心等单位在园区内搞活动，这些公司提负责供完整的一台节目，园区业主共同参与，寓乐其中，经销商们不仅发放了礼品，而且物业公司还收取了一定的费用来弥补物业费的不足，

通过一次次的活动，体现了xx小区人性化的物业管理，同时也增进了物业公司与业主之间的沟通与交流，并为公司增加一笔收入，据统计自2024年3月以来以园区内开展活动形式收取现金及实物共计约13850元。

六、清查二期未安装的水表，追缴经济损失

本年度客服部一直配合工程部对二期未安装水表的住户进行调查，据资料统计大约有近50家住户没安水表，从入住以来一直未交过水费。我们必须抓紧时间将表安装上，并尽力追回费用。而且在安装的过程中我们又发现了新的问题，许多卡式水表需换新的电池，面临这种情况我部抽调出专门人员负责这九栋楼宇的筛查和收取水费的工作。在与工程部的共同配合下目前为止我们已安装了36户水表，并且追缴了费用。

七、执行新自来水的水费收费标准，及时调整水价

在今年7月份全市自来水进行统一价格调整，园区内2024多住户，我们必须在6月底前挨家挨户将水费结清，便于7月份水费上调的顺利过度。针对这一情况。时间紧任务重。我们及时调整班次，将人员划分范围，客服部全体人员停休，加班加点全员入户收水费。通过大家的共同努力，在不到一个月的时间内我们尽了最大努力完成了这一任务。使7月份的水价平稳的由2。0元／吨上调到2。8元／吨。于此同时我们对于那些从未收过水费的住户也基本上走完一遍，共查出漏户约50户，共计追缴费用约2454。7元。就此问题我部提出要求水费以后按月收取，取代以前一个季度才收一次的规定，减少工作失误，细查到位每一户。

八、不辞辛苦，入户进行满意度调查

根据计划安排，2024年11月开始进行满意度调查工作，我们采取让收费员收费的同时进行此项调查工作，同时重新登记业主的联系电话，我们会将业主的最新联系电话重新输入业主资料中。据统计至今为止已发放1610份，返回1600份，回收率为62％。

2024年将是崭新的一年，随着我们服务质量的不断提高，小区配套设施的逐步完善xx物业公司将会向着更高、更强的目标迈进，客服部全体员工也将会一如既往的保持高涨的工作热情，以更饱满的精神去迎接新的一年，共同努力为xxx物业公司谱写崭新辉煌的一页！

客服部2024年工作计划：

一、针对2024年满意度调查时业主反映的情况进行跟进处理，以便提高2024年收费率。

二、继续规范各项工作流程，认真贯彻执行各岗位的岗位职责

三、推行《员工待客基本行为准则》，提高员工素质及服务水平。

四、根据公司要求，在2024年对客服部全体人员进行业务素质及专业知识培训，及时进行考核。

五、继续执行现行的物业费收取机制，在实际工作中不断加以完善。

六、完成xx阳台维修工作。

客服部工作总结篇5（）

一、2024年主要指标完成情况

在公司领导高度重视和各部门共同努力下，2024年客服主要指标处于全省领先位置。

1、客户满意度表现稳定。在省公司第二期调查中，大洋各环节全部达标，得分均有所提升。标准满意度全省第一，营业厅、网络、促销、投诉满意度全省第二，新业务全省第三。

2、万客户投诉量（13.9件）全省第2低，万客升级投诉量全省最低，投诉满意度处于全省前3位。

3、营业厅服务质量综合评分100分，四个季度均达标。其中营业厅暗访检测平均得分93.81分、电话回访满意度平均得分86.55、双向评价满意度平均得分94.32分、自助充值占比62.47%，各项成绩均名列全省前茅。

4、月均中高端客户35.27万，完成目标110.2%；拍照中高端客户保有率85.5%，深度捆绑率达到54.3%。拍照中高端客户硬性捆绑率为48.4%，软性捆绑率为60.1%，总体捆绑率72.7%，硬性捆绑率暂列全省第一位。

5、全球通品牌服务评估指标综合得分67.2分，暂列全省第二位。

6、电子渠道和电子商务指标完成率处于全省中游位置。

附——截至11月30日各项指标完成情况：

二、工作亮点与创新点

（一）客户满意度管理扎实推进

1、落实全程满意度考核管理，完善 “8+n”认责考核体系，深入开展质量监控，综合运用投诉管控、营业厅检测、满意度调查等管理工具，针对客户集中关注的不规范营销、服务质量、重复投诉、营销口径、全业务服务质量等问题开展闭环的检测和提升。

2、运用双向评价改进服务短板，扎实推进服务示范项目建设，市县两级服务例会促进流程优化，体系化运作加快全球通服务提升，“便捷服务 满意100”活动蓬勃开展。

3、全力开展不满意客户的甄别和满意度修复活动。在各单位的共同配合下，点对点维护敏感客户11.29万，互动活动参与客户9.2万，通过宣传沟通客户176万，对大量已接触的及有关系的客户开展属地维护，优势服务知晓率93%，互动活动知晓率75%，取得较好效果。

（二）中高端服务体系高效运转

1、巧捆绑，快速抢占市场份额。创新开展充值优惠、信用消费网龄营销活动，简化协议消费活动档次，调低预存金额，降低办理门槛，通过较高优惠政策培养新增中高端客户。

2、重保有，多种手段守土固土。以“新88套餐+家庭套餐”为保有切入点；针对双机客户、iphone等高危及异动客户，实现电话经理ab角交叉维护，开展优先捆绑、资费沟通。

3、率先开展“及时性”服务。利用现有预警系统，及时回访异动客户；将话费理财融合到常规和专项工作中，及时准确提出理财建议。

（三）提升宽带和集团热线的一次解决率。

通过对于热点问题制订口径，加强培训和模拟演练提升话务员的预判断和预处理能力，制订步骤清晰并配有截图的宝典手册，走进宽带小区装维现场进行观摩学习。热线一次解决率由1月的85%上升至目前的95％，高于省公司80％的服务标准。

（四）营业厅服务

1、业务能力持续提升。开展多形式培训模式、制定系统化考核制度。下发“热点业务培训周报”，总结推广集中培训、片区培训、一对一培训等多种培训模式，开展全区引导员专项培训。开展“知识库点击、综合业务办理、营销推广”等多种类技能比赛。

2、强化合作厅服务管理：培养以客户为导向的服务意识，针对薄弱环节，组织开展合作厅专题检测、合作厅达标认证，把服务检测与合作厅星级考评挂钩，加快服务提升。

（五）投诉管理。

1、pk案例库建设成绩显著。4例多媒体案例入选集团公司，5例文字案例入选省公司。同时，在全省pk案例现场评选活动中获得二等奖。

2、严把投诉风险，有效降低升级投诉。2024年大洋公司共受理升级投诉233件，暂无判责投诉。整体投诉量呈下降的趋势，升级投诉量全省排名靠后。

3、多举措、多维度提升客户满意度。优化投诉处理流程，加强部门协同；班组内部加强学习与管理，作为一线投诉处理人才的培训基地，为各单元培养了一批优秀的投诉处理人员。在全省第二期满意度查中，大洋投诉满意度达57.58%，高出全省平均水平8.7个百分点。

（六）实现分层分级的联盟商户及会员管理模式

1、通过对商户的分层分级，采用不同的维护方式，重点发展 “双优”（质优+价优）和“双高”（配合度高+满意度高）商户，为其量身打造营销政策、度身定制主题活动，提升商户人气的同时，增强联盟号召力；

2、通过对会员的分层分级，有针对性的开展会员活动，提升用户参与率，降低对用户的“打扰”。

对于此模式的试用和推广，总结完成了《商户联盟业务分层分级管理模式创新》的成果，获大洋公司2024年创新三等奖。

（七）多举措提升俱乐部会所参与率

1、多举措提升全球通用户俱乐部会所参与率。在各俱乐部会所统一布放品牌logo、vi宣传、消费终端poss机，向目标客户推荐积分兑换产品；以小积分多覆盖等方式，引导全球通客户积分消费。

2、利用资源稳固集团。完善运动俱乐部活动申请流程，规范化管理俱乐部场地使用，优先向ab类集团、具有长期合作背景和达成一定业务合作的集团倾斜，加强全球通集团客户关系维系，提升集团活动专场效果。

3、持续加强会所建设：根据会所引入原则，甄别引入优质会所资源；加强已建会所的服务检查和支撑，引入淘汰机制，激励会所人员能够及时发现营销商机、反馈集团动向、关注异网潜入、制定解决方案，提供专业的高端一站式服务。

（八）扎实系统的推进班组建设

1、打破常规激励方式，让员工压力与激励并存

绿苗计划：每半年进行一次值班长后备人才公开选拔，对现任值班长岗位人员进行开测评，持续更新值班长后备人才库。

员工讲坛：创新开展“大家讲给大家听”的员工讲坛活动，让员工以“激情工作”为主要内容进行励志专题培训。

荣誉显性化展示：每月评选 “岗位能手、服务明星、新锐标兵”，在台席显著位置摆放标志牌或“党员专席”台席卡。

2、建立员工关怀体系，开展“幸福计划”增强团队凝聚力，培养员工对企业的归属感 常规关怀：在员工生日、结婚、孕育、生病等重要时刻送上关怀；由经验丰富的老员工一对一担任各小组辅导员，对年轻的电话经理进行心理辅导；开展发声保健讲座。

幸福计划：以温馨母亲节，真诚送祝福打开帷幕，幸福为主线，结合父亲节，六一儿童节，感恩节等节日特点，开展了猜猜我是谁、童年乐翻天、幸福沙龙、大手拉小手等活动。

三、短板及提升方案

（一）服务短板亟待改善

1、语音网络“长板不长”。2024年语音网络满意度下降趋势明显，优势保持面临挑战。网络投诉增长快，处理难度大；弱覆盖等长期无法解决的问题居高不下，严重影响客户感知。

2、营销与服务的协同需要加强。违反五条禁令的投诉时有发生；营销活动不规范对其他商业过程形成影响，客户对返还质疑、营销宣传不明确等问题投诉较为集中，话费准确等传统优势项目满意度偏低；营销策划的事前控制欠缺，一些由于方案漏洞、宣传错误、促销品配置不到位的投诉本可避免。

3、窗口服务稳定性不够，波动较大。有些单位在服务工作开展中，为追求一时的成绩，把较大的精力放着应付检查、应付考试上，“口头服务”多于“实质服务”，未做到真正以客户为导向。其根源在于问题发现不及时，对客户需求的挖

掘、公司管理、流程问题的发现比较滞后。

（二）服务的显性化、差异化不足

1、客户对营业厅的进门引导、等待关怀、业务办理三个环节最为关注，目前缺乏“惊喜”级服务，与对手没什么差异，给客户的感觉一般。

2、服务宣传的系统性不强，整体形象和服务优势的宣传没有长期坚持，宣传方式也需进一步优化。11年计划加强4格漫画宣传，在报纸刊登、在楼道张贴，印成漫画册发放；在报纸、网站上开辟你问我答专栏，针对常见问题进行咨询和解释；将营销政策包装为服务举措，提升客户的.服务感知。

3、细分市场的差异化服务仍有很大提升空间。需明确服务标准、服务项目、提供方式，逐步实现并提供服务承诺。如：集团、家庭、校园、农村。

4、动感地带品牌过于集中在校园，竞争激烈，满意度波动大，县区动感地带品牌的发展需加强。

（三）支撑服务需进一步加强

1、客户满意度调查由于周期长、样本少、影响因素多，部分员工认为最终成绩和自己没有关系。目前通过双向评价对于商业过程的满意度监测已开展1年多，调查结果的分析方法和责任定位已基本成熟。11年计划将调查结果和责任认定与集团客户经理、乡镇店长、营业厅星级考评的考核挂钩，通过适当的压力传递，提高每个员工提升客户满意度的责任心。

2、反向培训、《常见问题的咨询和解释》要坚持长效执行，充分使用反向培训系统。

3、目前“不满意客户”数据库已初步建立，但对一线开展属地化维护的支撑还不够，11年计划建设不满意客户维护支撑系统，专为一线人员提供客户需求信息，并可查询接触信息。

（四）中高端服务协同有待加强

1、系统支撑待完善，电话经理和前台营业员协同较弱。通过将营业前台的精确营销系统与电话经理6.0系统结合起来，电话经理对用户推荐完优惠活动后可直接派单到各营业厅，同时用户到营业厅办理业务时，精确营销优先显示电话经理推荐活动。

2、营销方案不能直接受理，电话经理工作被动。通过提取话费余额大于优惠活动首次充值金额的未捆绑用户，推荐优惠活动，验证密码，直接扣除话费余额，在线办理营销案。

（五）自助充值终端管理有待提高

1、自助充值终端配备数量不足，大洋大洋自助充值终端万有用户拥有数偏低。

2、自助终端使用项目相对单一。自助终端目前主要用于充值，，需有效加强自助终端查询及体验功能的应用。

2024年工作思路

一、全业务运营环境下坚持服务优势

总体思路：把握客户需求，完善服务体系，强化基础管理，保持领先优势

1、多层面运用满意度评价工具。

一是按客户生命周期开展分阶段调查：开展入网、离网客户调查，研究客户不同生命周期的满意度及关注点。二是专项调查活动：组织开展客户座谈会、员工座谈会、客户体验俱乐部等活动，聚焦目标市场，收集客户感知信息。三是加强不满意客户维护管理：建立不满意客户库，加强不满意客户信息的收集和统一管理，常态化的开展甄别和维护，系统支撑到一线

2、研究多维度衡量考核体系。

客服部工作总结篇6

这是我第一次在客服部工作，由于公司的调配，我来到了xx公司的客服部，开始了自己的客服工作，成为了一名公司的客服，从自己开始工作开始，我就一直都觉得不管自己身处什么样的位置，我都要对自己的工作保持绝对的热爱，同时也要尽力的完成好自己的工作，“干一行爱一行，一行行，行行行”一直都是我的人生和工作信条，所以在自己是一名公司客服部的员工之后，我也在努力的完成自己的工作。

进入公司之后，我首先最先开展的就是自己对于公司的熟悉，以及在客服部的工作职能和工作任务，对自己所处的位置有了一定的了解之后才能更好的开展自己的工作，所以从我进入客服部开始，我就跟着公司的同事学习客服的工作技巧以及在工作当中的一些细节，在他们的帮助之下我也慢慢的了解到了客服的工作内容，就是在网上，在公司的平台里面帮助他们解决他们所遇到的\'问题，不管是对于公司的顾客还是对于公司的其他的客户，只要别人在我们这里有问题，我们都要及时的帮助他们解决，也要尽自己的力量去维护好公司和客户当中的关系，所以大部分的时间，我们客服就是连接公司和客户之间的桥，所以我们代表的不仅仅是自己，我们代表的也是公司，也正是因为这样的原因，我们才更加的需要在工作的时候打起自己充沛的精神，用自己最好的工作状态去完成自己的工作，起初我也还不是特别的熟练，对于自己与客户的沟通也不是很在行，但是我也感谢部门的所有的同事的帮助，能够让我在这么短的时间里成长很多，对自己的工作不仅仅可以完成的非常的顺利，我也可以在自己所要做的工作当中学会很多的知识和技能，现在我也可以很好的与人交流，保证自己在工作的时候可以出色、顺利的完成自己的事情，在公司，在自己的工作职位上面，认真负责的去做好客服应该做的事。

尽管试用期只有极短的几个月的时间，但是我相信自己在公司的所做所为，公司及所有的同事都有目共睹，所以在之后的工作当中，我也会更加的努力的，遵从公司的安排，绝对不会自作主张，遵守公司、上班的规矩，保证我可以在公司的工作顺利进行的前提下，尽力给公司带来更大的价值，让自己能够在公司，在客服的工作上有所成就，有所作为。

客服部工作总结篇7

斗转星移，进入xxx已四个多月，我一直从事客服咨询专员工作，在这段时间里目睹了也参与了公司的发展和制度的日臻完善，作为一名xx人，由衷的感到自豪。四个月的工作经历，自己对客服的工作多少积累了一些认识和体会。现总结如下：

一、树立全局观念，做好本职工作

做好本职工作，树立全局意识是首要的问题，客服工作也不例外。我认为客服工作的全局就是，“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的同时传达企业的文化形象。”

七月份来到公司以后，我首先接受了大约一星期的培训，培训内容包括药品的基础知识、中医的基础知识、产品xxx颗粒的基础知识、客户常见问题及解答、销售技巧。通过培训不仅使我对公司的产品有了深度了解，也对自己的个人能力有了很大提高，同时对公司完善的培训制度及公司的文化氛围有了充分了解。

之后我开始进入客服工作，客服工作的主要任务：

一是接听客户的呼入电话，对客户想要了解的问题进行专业并热情的回答。

二是对已购买的客户进行回访，对用药效果进行了解、对用药方法进行专业的指导。

客服工作的这两点看似简单，但是作为直接和客户进行沟通的部门，这关系到企业形象的传达和客户对公司产品满意度和忠诚度的情况，并对公司产品的后续市场推广有很大影响。

二、精于专业技能，勤于思考应变

随着销售行业的不断发展，药品销售也要适应新形势下的销售思路。作为一个客服人员，在做与客户的直接沟通工作时，要勤于思考善于应变。对于客户提出的药品问题，给予专业的回答，对于客户反映的投诉及其它问题，第一时间做出正确的应变，使客户满意的同时，保持客户对公司产品的满意度。客服工作是一个直接面对不同失眠客户的工作，需要的是专业的知识水平，及灵活的应变能力，并且需要及时对所遇到的问题进行总结。

在管理好手头现有失眠资料的同时，我根据大部分失眠患者具有糖尿病的情况，总结了糖尿病的相关知识。根据不同时失眠患者具有不同的服药史，我总结出了失眠常用药物的相关资料。还有就是失眠与抑郁的相关资料，并把这些资料和同事间进行了分享，来增加和客户之间的有效沟通。能否做好一个客户的有效沟通，是衡量客服人员专业水准的标尺，同时也是服务人员尽快掌握应用知识的有效手段。

三、善于沟通交流，提高工作质量

客服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，当今社会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，中药药品尤其如此，如果不连续按疗程用药，很难体现出药品的效果。

所以这个时候就需要我们找出症结所在，和客户进行交流，规范使用方法的同时向客户传达优质的服务态度，从而避免客户对产品的不信任乃至对企业形象的损害。客服工作主要体现在交流二字，和客户的交流，能够更好的了解客户对产品的需求，和同事之间的交流，能够增加工作经验，分享心得，能够整体提高团队的水平，提高工作的质量。

四、遵守公司制度，积极参加活动

“没有规矩不能成方圆”，一个企业的规章制度是否完善，直接关系到企业的形象和文化氛围，而这个制度更需要每一个个体成员去有效执行。在公司工作的四个月时间里，作为一名客服人员，我没有出现无故请假的情况，在此期间很好的完成了工作任务。积极参加公司组织的各项活动，比如：拓展训练、地坛展会、每周五值日。在活动中，同事间增进了了解，团队间增进了合作。

客服部工作总结篇8

作为普通的物业客服专员，我的工作职责主要是熟悉和掌握物业管理方面的法规、制度、政策、不断提高、更新自己的知识结构，与时俱进的跟上物业管理发展方向；第二是将学到的理论知识用于指导自己的实际工作，尽最大努力处理好，协调好企业与业主之间的关系；尽职尽责的做好每一项工作，始终保持好的精神状态，坚持服务为主、管理为辅的思，取信于业主，保持公司良好的形象。身为公司的一份子，这是我必须做到的。

在工作中，总结出一套工作经验

1、首先应该给投诉者或者纠纷者作“降温”的思想工作

2、分析、调查问题的原因

3、若问题有涉及物业管理的相关法律法规应该结合物业管理相关的法律法规，然后根据实际情况拟定科学的\'解决方法；

4、最后当然是具体方法的落实。并总结每次处理经验为日后的处理像类似问题做基础。

5、投诉、纠纷处理回访，可以让我们的工作得到业主的肯定，同时也能缩进我们与业主的关系，方便日后物业管理工作开展。

在此基础上，建立了实现工作零缺陷的9步骤：

1、要求明确：业主不总是对的，但永远是最重要的；完全满足客户的需求，并以此作为工作的出发点和归宿。

2、预防在先：充分做好达到要求的各种准备，积极预防可能发生的问题。

3、一次做对：实施中要第一次做对，不能把工作过程当试验场。

4、责任到位：把服务质量目标分解，并落实到各部门、各岗位直至个人，按计划分步实施。

5、强化培训：对自己进行理念灌输、知识教导、技能培训。

6、严格检查：实行个人自查、主管/经理督查、行政管理中心考察；并分析结果，以明确问题、原因、责任。

7、循环检讨：定期对服务中存在的问题（尤其是业主投诉）及时纠正，并制定相应的预防措施。

8、整合组织：在直线型组织架构的基础上，以客户满意为中心，完善“第一责任人”制度，加速信息交流的速度，突出全面质量管理的思路。

9、规范操作：进一步完善操作规范。

“物业零缺陷”的实施将进一步提高服务质量、提升公司的品牌形象，巩固物业市场。

零抱怨无投诉其实是每个企业的一个愿景，也是我们企业的愿景，也是我的一个愿景。真正能够达到这样的企业可以说没有，因为消费者的心理和行为是公司难以确定的，公司可以通过努力来增加自己服务的质量，这样只是能够提高客户满意度，但却无法决定客户满意度。零抱怨无投诉是公司追求的目标，他要求公司能够完完全全地为消费者服务，消费者就是上帝，这句话一定要时刻记在心中。

总体来说，一个企业能否生存下去，就是看企业的客户对企业的支持情况怎么样？这个支持情况是由客户满意度来直接影响的，所以在新的一年里，我想可以通过自己良好的服务，好策划的客户回访来增加客户满意度。而公司也凭着优质的产品和服务向着“零抱怨无投诉”目标发展。

客户满意度是衡量一个公司服务质量的最重要的标准，可以经过个人对客户满意度的调查，发现客户满意是一种心理活动，是客户的需求在被满足后的愉悦感。对于顾客来说，他花了一定的代价，需要达到一定的目的，如果我们提供给他的产品、服务等有很大一部分不是他所的，那怕你的价格比别人低，可能也不能提高他的满意度。所以客户满意度是衡量客户满意度的量化指标，由该指标可以直接了解企业、产品或服务在客户心目中的满意度级别。

身为公司的一员，我将恪守己任，不断提高自己，在日常工作中认真学习、取长补短认真完成领导安排的工作。谢谢！

以上就是关于客服部工作总结推荐理由,客服部工作总结推荐怎么写,客服部工作总结推荐信,客服部工作总结范文,2024客服部工作总结怎么写,客服部门工作总结范文简短,客服部门工作总结,2024年客服部工作总结,客服部总结报告,客服部年度工作总结,的相关文章内容，希望能够给你的工作提供一些帮助，为您的事业锦上添花！

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！