最新客户服务的工作报告总结(模板5篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

客户服务的工作报告总结篇一

（一□20xx 年度工作成果及计划完成情况

维修扣款、签证工作程序》及其他岗位说明书、作业指导书组建了欧5期□v公馆、怡江苑、怡君苑、怡景苑□cc尚品、黄石奥山星城等项目的维修组，并确定维修组成员。以上维修组承担了奥山地产旗下所有商品房、还建房质保期内的质保维修工作。

在日常工作中，客户服务部对各项目管理处维修组不断培训，使维修组成员能按照奥山地产客服中心的支持性文件要求完成质保期内维修工作，同时客户服务部积极协助各管理处与奥山地产武汉城市公司项目部、客户服务中心、工程管理中心、成本合约中心、研发设计中心、各项目工程总包及分包单位协调沟通，积极落实各种质保期内整改维修工作。

地产事业部例会议题等向地产事业部进行多方面的反馈及跟进落实，同时提出合理方案和建设性意见。

截止到20xx年12月19日□20xx年度客户服务部共发送工作报告、工作联系函、请示函164份。其中：工作报告5份、工作联系函151份、请示函8份。

5）欧景苑5期a-101唐莉家中水泵房噪音问题；

7）怡江苑c-2-203王文华家中因排污管堵塞导致反水赔付事宜；

进取、端正态度的精神不断摸索出新的管理方法及经验，为各项目管理处的客户服务工作保驾护航□20xx年在客服体系建设方面也取得了一些成效。

2、部门成立之初在胡立君及虞成姝两位培训师的组织下，客户服务部对各项目管理处客服、保洁人员组织培训13场次，外出参观学习1次，共计156人次。其中保洁工作完成保洁人员入职培训、仪容仪表、小区及售楼部保洁服务标准、组建各项目保洁部门架构、组织参观学习武汉奇峰石材护理公司石材展示及设备演练中心、协助完成恩施项目开荒保洁以及保洁培训考试等工作；客服工作完成客服职业道德、职业规划、客餐接待、仪容仪表、行为规范、建立客服人员工作标准以及客服培训考试等工作。

3、为了提高各项目管理处工程维修组的工作效率，保障维修程序的正常运行，客户服务部联合地产客服中心对欧5期□v公馆、怡江苑、怡君苑、怡景苑、黄石奥山星城□cc尚品等项目管理处共集中组织工程维修、签证扣款培训、答疑11场次，共计98人次。客户服务部深入各项目管理处现场组织维修程序培训8次，共计56人次。通过不断的培训及指导，让各项目维修组成员充分理解透彻质保维修程序、流程、报表的填写以及软件录入等。

客户服务的工作报告总结篇二

10000号客户服务中心是中国电信在激励的市场竞争中着力打造的品牌形象，是化解各种复杂矛盾，持续改进服务质量的重要环节，一方面通过优质服务提升客户满意度，增强客户忠诚度，保持市场存量；另一方面通过与客户的良好沟通向客户推介新产品、新业务，收集市场需求信息，进行客户关

系管理，它不仅是差异化服务平台，更是对渠道、对客户经理的营销支撑平台。时光飞逝，转眼间来到10000号客服中心已经有一年多的时间了，在这一年多的磨练中，我欣喜地看到自己的悄然变化，也亲眼目睹随州电信10000号客服中心在坚决执行“用户至上，用心服务”的服务理念中经历的种种改革浪潮。

2004年6月，由于工作的需要，我被调入10000号，由一名机务员变成了一名话务员，成为这个大家庭中的一员。初来乍到，对于我来说，这里的一切都是新鲜的，明亮的机房、温馨的气氛、陌生的面孔、甜美的声音，然而新鲜过后，更多的是严明的纪律、严格的要求，由于在乡镇时散漫惯了，一下子要改变这种习惯还着实有些不大适应。刚到10000号，首先要从最基本的114查号开始学起，这件工作的难度系数在10000号的各项工作中算是较低的，但是要想真正熟练掌握，也不是件很容易的事情。面对成千上万条单位编码，同一个单位，有着许多不同的名称，一些比较出名的风景区、厂矿企业、培训机构、训练基地在什么地方，隶属于哪个单位，全国23个省的省会、有哪些有名的城市及其区号等等，都需要我花大量的精力来熟读、牢记。一般单位的编码都是有规律的，但也有些是根据人们的习惯说法来进行编码的，这些都没有什么技巧可言，也就需要我去死记硬背。由于当时人员紧张，主任给我的要求是十天上岗，在她满心期盼的背后，我感到沉重的压力，但是有压力才会有动力，为了不辜负大家对我的希望，我一心用在学习上,每天除了记编码还是记编码,读累了就写，写累了就在微机是敲，把那些特殊的编码单独记下来，为了将所学的东西记牢，我每天晚上睡觉前都要将白天记下的重点重复温习一遍，早上起床前在心里把容易混淆的相近单位的编码默记一遍。学习过程是枯燥的,我每天在电脑前一坐就是四五个小时,有时候时间看长了，眼睛酸痛流、模糊，就滴点眼睛水继续看。功夫不负有心人,在连续几次的测试中,我都取得了较好的成绩,并顺利上岗。

由于原来114和10000号用的是两个不同的平台，所以平时很

少有机会接触到10000平台，对于平台上的一些新业务，新咨询，我都要比别人晚一拍知晓，但这并不能成为我拒绝学习的理由，于是我常常抽闲暇时间将别人打开页面就能看到的东西抄下来，遇到疑惑主动向同仁咨询求教，并且通过做固话障碍报表分析统计的机会，了解10000号平台的各项操作功能及各项处理流程，凭着自己认真的学习态度和对知识的积累,终于在2005年3月份，我成为一名 10000号客服代表。都说经历是财富，由于原来在乡镇分局很多工作环节都是亲历亲为，而且直接与用户接触，并且亲自上门给用户安装和维护过宽带,这些经历让我积累了很多经验,使得我在接到用户反映电话或宽带问题时,能够很快地判断出问题的症结之所在,大大缩短了处理时限。每每遇到用户带着满腹埋怨而来，在我的引导下慢慢发现问题并解决问题后，听到用户诚心的谢谢时，莫名的成就感就会涌上心头。

10000号作为电信企业一个与客户不见面的服务窗口的性质，决定了我们的语音、语调运用的好坏将直接影响到与客户的沟通和表达。为此，我通过网上大学和其他渠道，不断来提高自己语音表达能力和沟通能力，并把它们应用到服务的过程中去。人人都说，微笑着的声音是最甜美、最有感染力的。所以在服务工作中，我都努力做到这一点，让客户在被我服务的过程中得到体贴、关心和快乐。在工作中我始终谨记对待用户要做到态度和蔼、语气亲切、耐心体贴、服务到位，并且时刻保持良好的心态，决不把自己的情绪带到工作中去。不过人都是感性的，在平时的工作中，难免会遇到一些难缠的用户，有些甚至会口出污语，他们的态度会给我们的情绪带来波动。每次遇到这样的客户，我都会暂停几分钟，深呼吸几下，对着镜子看到自己最美丽的微笑时，我的心情也就会平静下来，继续面对新的客户，而不会因为个别用户的蛮横无理而影响到我的心情。通过自己的不断努力，我顺利通过了全国普通话二乙考试并获得证书。

在5月份的新平台割接中，我整月没有休息一天，每天除了上班外，还要利用空余时间了解工程进度，新平台的各项功能

如何使用等，以确保在新平台投入使用后能为大家提供指导和帮助。

10000号客户服务中心是中国电信在激励的市场竞争中着力打造的品牌形象，是化解各种复杂矛盾，持续改进服务质量的重要环节，一方面通过优质服务提升客户满意度，增强客户忠诚度，保持市场存量；另一方面通过与客户的良好沟通向客户推介新产品、新业务，收集市场需求信息，进行客户关系管理，它不仅是差异化服务平台，更是对渠道、对客户经理的营销支撑平台。时光飞逝，转眼间来到10000号客服中心已经有一年多的时间了，在这一年多的磨练中，我欣喜地看到自己的悄然变化，也亲眼目睹随州电信10000号客服中心在坚决执行“用户至上，用心服务”的服务理念中经历的种种改革浪潮。

客户服务的工作报告总结篇三

作为服务行业，商业银行除了出售自己的有形产品外，还要出售无形产品——服务，银行的各项经营目标需要通过提供优质的服务来实现。做好银行服务工作、保护金融消费者利益，不仅是银行业金融机构的法定义务，也是培育客户忠诚度、提升银行声誉、增强综合竞争实力的需要，更是银行履行社会责任、促进和谐社会建设的本质要求。

作为我们金融企业，微笑服务像是一把神奇的钥匙，可以打开心灵的幽宫，使它的光芒照耀了周围的一切，给周围的气氛增添了温暖。

微笑体现了这种良好的心境。而微笑服务并不意味着只是脸上挂笑，应是真诚的服务，试想一下，如果一个员工只会一味地微笑，而对客户内心有什么想法、有什么要求一概不知，一概不问，那么这种微笑又有什么用呢？因此，微笑服务，还应有感情上的沟通和交流，只有这样当你在服务和工作上出现疏忽时也会得到对方的谅解和包容。

微笑服务可以使客户产生宾至如归之感。“笑迎天下客，满意在我家”，保持微笑服务的人，走到哪里都是受欢迎的，谁都喜欢同其打交道。

微笑着赞扬他人使对方感到你的诚心，微笑着批评他人使对方感到你的善意，微笑着拒绝他人使对方体谅你的难处。而不知道微笑服务的员工使顾客避之犹恐不及。这样，服务工作的优劣，经济效益的高低也就自然泾渭分明了。

微笑是对客户最好的礼遇和尊敬！也是员工优质服务的最基本的表现！只有热心对待每位客户，才能获得信任并能进一步让客户将心中的需求完全说出；我们必须细心观察与体会，才能深入了解客户的真正需求；针对客户的需求，我们要积极主动热情并有效的用心执行。

我深信，唯有发自内心的服务意愿，才能提供客户满意的服务。我们要以真心服务，让客户觉得安心舒适，我们要营造美好的服务气氛，让客户体验到愉悦的服务，进一步让客户认同并喜欢到棠树信用社接受我们的服务。

“以客户为中心”，是一切服务工作的本质要求，更是银行服务的宗旨；是经过激烈竞争洗礼后的理性选择，更是追求与客户共生共赢境界的现实要求。做好银行服务工作、取得客户的信任，很多人认为良好的职业操守和过硬的专业素质是基础；细心、耐心、热心是关键。

客户服务的工作报告总结篇四

《客户服务导论与呼叫中心实务（第3版）》是国内最早从事客户服务领域研究的客户世界机构组织编写的系列丛书之一；客户世界机构同时也是国内“客户关怀”理念的发起者。《客户服务导论与呼叫中心实务（第3版）》集著者多年理论与实践经验，是目前市场上唯一的一本在客户服务领域中结合客户关怀理念、客户服务操作实务、呼叫中心等诸多专业

知识的书籍。《客户服务导论与呼叫中心实务（第3版）》在总揽客户服务战略、方法、流程的基础上，落到客户服务的运营实践之中，使《客户服务导论与呼叫中心实务（第3版）》能够对实际工作具有指导价值。

它是研究营销学，找寻方法和技巧，对于所得的成果进行推广，并教授怎样去对产品进行销售，使得产品能顺利并快速的销售出去。这个学期我选修了推销学，一个学前期的推销学的学习使我对于推销学有了深刻的认识，它并不都是传统的那样，推销学在随着经济的发展和人类智慧的飞跃，推销学也在不断的发生着改变。

他对与理论知识有了进一步的强化，对实践有了很大的加强。对推销者本人的要求是越来越高，不但对口才的要求提高了不少，对随机应变的能力是越来越体现出来，操作能力也有了较高的要求。

这个学期我选了营销班班主任王泳兴老师的选修课-推销学，第一节课对于我是印象最为深刻的一节课，因为老师与其它老师有着许多不同点，其中一句“要以自己的人格魅力吸引我们去上课，而不是通过以点名的方式强求我们去上推销学”最有代表性大学这样的老师我看到得较少，觉得老师非常有特点，那时并就觉得老师的课应该是绝对的有意思，绝对的有特色。

老师讲课是通过讲故事的形式教授给我们，让我们在听故事的同时加深对课堂上知识的进一步了解，很形象的展现在我们头脑里，使学到的在头脑里记得更加牢固。

步入大学我们每个人都选了对于自己相对比较好的专业，我是选择了读工商管理，学习商学，这个决定是经过几度的深思熟虑，虽然我对工商管理系了解的并不是很深，但是我想这个专业既然是我的第一选择，就绝对有这不寻常的意义，步入大学之后我对它的了解是得到了很大的改观。这个专业

与营销的联系是非常紧密的，所以对于学习推销学我是很乐意的，工商管理班与市场营销班的交流是最频繁的，在现阶段两个班学习的课程基本是相同，所以我学习推销学是必须的。

在以后营销是每个学商的人都必须有了解的，推销既是一种锻炼人口才和交流技巧的好方法。

推销学的深层次定义是：推销就是在推销中说服和诱导潜在购买者购买某种商品和服务，从而实现企业营销目标并满足顾客需求的活动。推销的作用就是尽可能的让原本默默无闻的企业或产品在最短的时间获得企业现阶段无法完成的市场和企业知名度。

从而使企业快速的发展，再这之中培训涌现出一些大量的推销人才，同时也方便了顾客，使得顾客可以足不出户就可以买到产品！以达成推销员和顾客之间的互惠互利，从而使推销业蓬勃发展。这与老师讲的基本相同，而且让我们对推销学的了解的更加透彻。

在讲推销是老师多次引用自己的亲身经历来讲述，更加透彻的阐述了推销是一门要有很深家底的工作，对待自己要推销的对象，作为推销者要毕恭毕敬的，语气要和缓，亲切，不能急于求成，因为心急吃不了热豆腐，对于那些语气尖锐的顾客更是要小心应付，即是自己对方出错都最好是自己揽先下来，然后慢慢的解释使自己的想法慢慢使顾客逐步接受。

老师以前也做过推销员，老师以自己的经历就说过他向一位医生推销一种药品，就遇到了一个非常困难的问题，首先向他说明自己的来意，但是那位都拒绝了老师的推销，老师还是在一次一次的推销中并没有放弃，但到最后那位医生有点恼火了，直接把推销产品扔到外面去了，可是作为推销产品的老师并不能表现出自己很生气，只能对那位医生说了一声打扰了，并就默默的离开了。

通过这个例子更加从几个方面说明在推销中可能遇到的种种问题，作为一位推销者应该具备多种品质，例如：勇敢、有强烈的企图心、对产品十分了解并充分的相信自己推销的产品、注重个人成长，不断的学习和反剩学习可以大幅度的减少犯错和缩短摸索时间、高度的热忱和服务心、非凡的亲和力、对结果自我负责，百分之百的对自己负责、明确的目标和计划、善用潜意识力量。

这些对于每个推销者都是至关重要的，一个成功的推销者是能在任何场合都是灵活变换的，具有敏锐的观察力和强烈的说服力，在什么情况下都要把顾客放在第一位。他是你的镜子，与你很相似的，他是你渴望成就的人，他在协助你更了解你自己。这样你才能更好的与顾客交流，把自己和顾客两人紧密的联系在一起。

在课堂上我了解了一些销售冠军，他们的实力不用说就知道绝对是不一般的，有着非凡的推销才能和卓越的推销技巧。例如讲到了推销之神---原一平，原一平出生于日本长野县。因为家境富裕，从小他就象个标准的小太保，叛逆顽劣的个性使他恶名昭彰而无法立足于家乡。23岁时，他离开长野到东京打天下。

认真学习，认真听课，多总结，多做题。这门课真的不难。初级会计师证必考科目。所以一定要好好学。

客户服务的工作报告总结篇五

回顾物业公司客服部这20年，可以说是各项管理职能进一步发展和不断完善的一年。其中物业客服部得到了公司领导的关心和支持，同时也得到了其他部门的大力协助。经过一年来全体客服人员的努力，客服部的工作较前一年有了很大的进步，各项工作制度不断完善和落实。“以业务为导向”的服务理念深深烙印在每一位客服人员的心中。

回顾过去一年的客服工作，有得有失。过去一年的客户服务工作总结如下：

在20xx年初步完善的各种规章制度的基础上，20xx年的重点是深化落实。为此，客服部根据公司的发展状况，加深了对物业管理的认识和理解。同时，随着物业管理行业一些法律法规的出台和完善，客服部也及时调整了客服工作的相关制度，以便更好地适应新的形势。

利用客服部每周五的例会，加强对客服部员工的培训。培训以过去一周工作中遇到的实际问题为主线，做到理论与实践相结合，让每个客服人员对“服务理念”有了更深刻的理解。

根据周末工作量统计，“日接待”以各种形式达到十余次。根据维修服务的不同内容积极派遣工人，力争在最短的时间内解决问题。同时，根据维修服务完成情况及时回访。

根据公司年初下达的收费指标，积极开展xx、xx小区的物业费收缴工作。最后在物业经理、秘书等部门的支持下，完成了公司下达的收费指标。

如期完成了xx小区居民用水抄表季度收费，同时完成了公司下达的新任务——xx小区首次居民用水抄表收费。

制定底层商户出租方案，下半年成功引进“超市、药店”项目。

x月，xx、xx收楼工作完成；同时、xx区部分回迁楼(xx——1、2号机组)已经完成。

在各种节日期间积极完成公园的装修和布置。今年公司在圣诞节(一个吸引年轻人注意力的节日)期间加大了公园的装饰和布置，在小区xx门和xx区大堂购买了圣诞树和各种装饰品。

春节前夕，组织了一年一度的业主座谈会。受邀业主在会上积极发言，充分肯定了物业公司的服务工作，并提出了合理化建议。

总之，在20xx年工作的基础上，我们对20xx年充满信心和希望。在新的一年里，我们坚信，只要我们努力工作，埋头苦干，积极探索，勇于进取，就一定能“尽力”完成公司下达的各项工作指标。