

# 客服工作计划一点 客服工作计划(模板8篇)

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看看吧。

## 客服工作计划一点 客服工作计划篇一

1、 货币资金、应收、应付、资产、仓库库存账实相符、财务报表数据清晰。为供销往来结算、核算、生产下单、销售接单、客户授信额度管理提供真实的信息共享;为真实反映企业生产经营状况提供客观的财务依据。

2、 产成品bom材料清单数据清晰。为生产采购订单材料预算、车间生产消耗领用、物控、财务监督、成本核算提供客观科学的依据及信息共享。

3、 生产流程管理完整。为生产计划排单、摧单、交单、车间安排生产提供信息共享。

4、 人事管理、人员工资管理。为员工工资计算、扣款、罚款、考勤提供实时的信息支持。

1、 采购订单管理;

2、 采购入库单;

3、 供应商应付账款结算;

4、 付款单;

- 5、 领料出库单管理；
  - 6、 原材料仓库、半成品仓库库存管理(重新分类)；
  - 7、 应付账款与总账连接一体化；
  - 8、 销售订单；
  - 9、 销售发货出库单；
  - 10、 收款单；
  - 11、 生产完工入库单；
  - 12、 成品库存管控；
  - 13、 客户应收账款结算、授信额度管控；
  - 14、 应收账款与总账连接一体化；
  - 15、 固定资产盘点；
  - 16、 总账数据调整；
  - 17、 相关成品半成品核算单价调整；
- 1、 建立产成品**bom**材料清单数据；
  - 2、 建立**erp**生产流程卡工序管理；
  - 3、 车间在产品管理；
  - 4、 产成品品质管理；
  - 5、 材料采购品质管理；

6、 车间生产领料物控管理。

## 客服工作计划一点 客服工作计划篇二

1、销售工作目标要有好业绩就得加强产品知识和淘宝客服的学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把产品知识与淘宝客服技能相结合运用。

2、心理定位要好，明白自我的工作性质，对待客户的态度要好，具备良好的沟通潜力，有必须的谈判潜力。

3、要十分熟悉本店的宝贝，这样才能很好地跟顾客交流，回答顾客的问题。

4、勤快、细心，养成做笔记的习惯。

5、对网店的经营管理各个环节要清楚（宝贝修改，下架，图片美化，店铺装修，物流等）。

6、对于老客户，和固定客户，要经常保护联系，在有时光有条件的状况下，节日能够送上祝福。

7、在拥有老客户的同时还要不断的透过各种渠道开发新客户。

二、

1、要做事先做人，踏实做人踏实做事，对工作负责，每一天进步一点点。

2、和同事有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

3、执行力，增强按质按量地完成工作任务的潜力。

4、养成勤于学习、善于思考的良好习惯。

5、自信也是十分重要的，拥有健康乐观用心向上的工作态度才能更好的完成任务。

## 客服工作计划一点 客服工作计划篇三

时间过得很快，我进入商场已经一年多了。初来乍到，对于我来说，这里的一切都是新鲜的，然而新鲜过后，更多的是严明的纪律、严格的要求，于之前的学生生活截然不同。

作为一名客户服务人员，我逐渐感受到客服工作是在平凡中不断地接受各种挑战，不断地寻找工作的意义和价值。一个优秀的客服人员，熟练的业务知识和高超的服务技巧是必备的，但我个人认为与此同时我们还要尝试着在这两点的基础上把枯燥和单调的工作做得有声有色，学会把工作当成是一种享受。首先，对于用户要以诚相待，当成亲人或是朋友，真心为用户提供切实有效地咨询和帮助，这是愉快工作的前提之一。其次，在为用户提供咨询时要认真倾听用户的问题，详细地为之分析引导，防止因服务态度问题引起客户的不满。

理论是行动的先导。作为客服服务人员，我深刻体会到学习不仅是任务，而且是一种责任，更是工作的实际需要。今后我会努力提高业务水平，注重用理论联系实际，用实践锻炼自己，为商场贡献自己的微薄之力。

1. 作为客服人员，我始终认为把简单的事做好就是不简单。工作中认真对待每一件事，每当遇到繁杂琐事，总是积极、努力的去做；当同事遇到困难需要替班时，能毫无怨言地放弃休息时间，坚决服从商场的安排，全身心的投入到替班工作中去；每当商场要开展新的业务时，自己总是对新业务做到全面、详细的了解、掌握，只有这样才能更好的回答顾客的询问，才能使商场的新业务全面、深入的开展起来。

2. 在工作中，每个人都应该严格按照顾客至上，服务第一的工作思路，对顾客提出的咨询，做到详细的解答；对顾客反映的问题，自己能解决的就积极、稳妥的给予解决，对自己不能解决的问题，积极向上级如实反映，争取尽快给顾客做以回复；对顾客提出的问题和解决与否，做到登记详细，天天查阅，发现问题及时解决，有效杜绝了错忘漏的发生。同时，虚心向老同事请教也是做好工作的重点。努力学习和借鉴他们的工作经验和技巧，既有利于本职工作，在与各部门之间的协调沟通上也会有很大的帮助。

3. 不迟到，不早退，不懒惰。能够认真积极的完成领导安排的各项任务。

#### 1. 建立客户意见表或投诉登记表

接到客户投诉或抱怨的信息，在表格上记录下来，如商场名称、地址、电话号码、以及原因等；并及时将表格传递到售后服务人员手中，记录的人要签名确认，如办公室文员，接待员或业务员等。

2. 即时通过电话、传真或到客户所在地进行面对面的交流沟通，详细了解投诉或抱怨的内容后讨论解决方案并及时答复客户。

3. 跟踪处理结果的落实，直到客户答复满意为止。

以上只是我20xx年工作计划，在20xx年的工作中我一定会尽力做得更好，努力向各位前辈学习，与所有的同事一起做好工作并共同面对新的挑战。

## 客服工作计划一点 客服工作计划篇四

真诚的面对每一位前来咨询的客户，用和善友好的态度及笑脸表情让客户感受你的真诚。

对客户提出的问题要快速，准确地进行解答，尽量不让客户等太久，对自己不明白的问题，别妄下结论，要询问内部确定后再回答客户！也不可自大夸大产品功能等信，以免让客户收到货后心里有落差。

交易成功后的订单我是建议以旺旺编写针对性的一些留言，比如这次我们清仓：“亲，现在我们店铺清仓大活动中，3折起优惠，除开特价以为，其他商品都是满100即减20的活动，欢迎亲来选购呵！”实在没有动静再采取其他措施：如老客户电话回访！售后问题建议电话回访了解。还有每售出一件特价清仓的商品我会给一些温馨提示“先和亲说清楚呵，我们这些特价都清仓货品来的，在换的范围会尽量给亲换的，但不宜退货的哦”尽减少售后些工作。

为更快捷完成订单和更贴心服务，凡是加为好友的客户们，我都会在好友的备注处或后台的订单登记客户的信息：身高、体重和购买信息。“已加亲为好友了，亲的身高/体重和穿着信息都登记好了，下次咨询时记得联系小青呵，会很贴心地为亲提供服务的/:^\$^”另外，可以在咨询中可以随便了解客户平时穿哪家的品牌，分析的消费档次，以便推荐！

a 遇到暂时缺货和新款上架需要通知的客户，建一个文档登记id需要通知的款号、码数等相关的信息，等来货后第一时间电话通知客户们选购，新款可以编写简洁语统一通知客户们选购。

b 平时有需要跟踪的订单，如物流信息不明，或缺货没发而又联系不上已留言的。

每天会计划在后天刷新一下，了解一下销售情况。及检查哪些需要转发其他快递，给客户联系客户或留言。

7. 空闲时我会尽量去获取其他店铺的信息，尤其是些知名度的品牌。巩固一下自己对外以及对内的知识。

## 客服工作计划一点 客服工作计划篇五

- 1、销售工作目标要有好业绩就得加强产品知识和淘宝客服的学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把产品知识与淘宝客服技能相结合运用。
  - 2、心理定位要好，明白自己的工作性质，对待客户的态度要好，具备良好的沟通能力，有一定的谈判能力。
  - 3、要非常熟悉本店的宝贝，这样才能很好地跟顾客交流，回答顾客的问题。
  - 4、勤快、细心，养成做笔记的习惯。
  - 5、对网店的经营管理各个环节要清楚(宝贝编辑，下架，图片美化，店铺装修，物流等)。
  - 6、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，节日可以送上祝福。
  - 7、在拥有老客户的同时还要不断的通过各种渠道开发新客户。
- 
- 1、要做事先做人，踏实做人踏实做事，对工作负责，每天进步一点点。
  - 2、和同事有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。
  - 3、执行力，增强按质按量地完成工作任务的能力。
  - 4、养成勤于学习、善于思考的良好习惯。
  - 5、自信也是非常重要的，拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

目标调整的原则：坚持大的方向不变，适当改变小的方向。

最后，计划固然好，但更重要的，在于其具体实践并取得成效。任何目标，只说不做到头来都会是一场空。然而，现实是未知多变的，写出的目标计划随时都可能遭遇问题，要求有清醒的头脑。其实，每个人心中都有一座山峰，雕刻着理想、信念、追求、抱负；每个人心中都有一片森林，承载着收获、芬芳、失意、磨砺。一个人，若要获得成功，必须拿出勇气，付出努力、拼搏、奋斗。成功，不相信眼泪；成功，不相信颓废；成功不相信幻影，未来，要靠自己去打拼！

有位智者说过：“上帝关闭了所有的门，他会给您留一扇窗。”

我们曾经失败，我们曾经痛苦，我们曾经迷惘，我们曾经羡慕……最重要的，我一直在奋斗。

真诚的面对每一位前来咨询的客户，用和善友好的态度及笑脸表情让顾客感受你的真诚。

对客户提出的问题要快速，准确地进行解答，尽量不让客户等太久，对自己不明白的问题，别妄下结论，要询问内部确定后再回答客户！也不可自大夸大产品功能等信，以免让顾客收到货后心里有落差。

交易成功后的订单我是建议以旺旺编写针对性的一些留言，比如这次我们清仓：“亲，现在我们店铺清仓大活动中，3折起的优惠，除开特价以为，其他商品都是满100即减20的活动，欢迎亲来选购呵！”实在没有动静再采取其他措施：如老顾客电话回访！售后问题建议电话回访了解。还有每售出一件特价清仓的商品我会给一些温馨提示“先和亲说清楚呵，我们这些特价都清仓货品来的，在换的范围会尽量给亲换的，但不宜退货的哦”尽减少售后些工作。



为更快捷完成订单和更贴心服务，凡是加为好友的客户们，我都会在好友的`备注处或后台的订单登记顾客的信息：身高、体重和购买信息。“已加亲为好友了，亲的身高/体重和穿着信息都登记好了，下次咨询时记得联系小青呵，会很贴心地为亲提供服务的，另外，可以在咨询中可以随便了解顾客平时穿哪家的品牌，分析的消费档次，以便推荐！

a遇到暂时缺货和新款上架需要通知的客户，建一个文档登记□id□需要通知的款号、码数等相关的信息，等来货后第一时间电话通知客户们选购，新款可以编写简洁语统一通知顾客们选购。

b平时有需要跟踪的订单，如物流信息不明，或缺货没发而又联系不上已留言的。

每天会计划在后天刷新一下，了解一下销售情况。及检查哪些需要转发其他快递，给顾客联系顾客或留言。

7. 空闲时我会尽量去获取其他店铺的信息，尤其是些知名度的品牌。巩固一下自己对外以及对内的知识。

## 客服工作计划一点 客服工作计划篇六

x年4月在公司领导的支持和提拔下，因为客户量的增加以及一些繁杂的客户服务解释工作，任客服部主管一职，当时对于我的工作职责范围没有一个准确的定性方向，一开始自己也是因为个人能力有限，初期工作干的不是特别顺畅，在此非常感谢刘总在我的工作上给予了很大的支持和肯定，使我自己能够尽快的进入工作状态。

x年3-4月主要工作重点是一期客户合同备案前的更换工作及一期户型变更后给客户的解释确认工作。

x年5-6-7月主要负责了商铺户型面积价格的确定，以及商铺

销售工作的开展。

x年8-9月主要工作重点是二期合同的更换及附带商铺的销售工作。

x年10月做了一些交房前的准备工作及房屋内部工程摸底的工作。

以上是本人参与处理过的一部分阶段性的工作，除了以上工作外本人主要负责的日常工作还有：1、在销售过程中，销售部与工程部之间的相互协调及沟通工作，在该项工作方面也得到了工程部施总工和赵部长的积极配合与支持，在此也表示对他们的感谢。2、本人负责的另一项日常工作就是退房客户的接待以及退款手续的办理工作，至目前为止已办理退房客户45位。3、完成刘总临时安排的一些工作。

1、在工作上普遍做的都不够细致，虽然领导经常强调要做好细节，但是往往有些工作做的还是不到位，不够细致，给以后的工作带来很多的不便及产生很多重复性的工作，严重的影响了工作效率，这个问题小到我自己个人，大到整个公司都存在这样的问题，今后在工作过程当中，一定要注意做好每一个细节。

2、工作不找方法。我们做的是销售工作，平时我们应该灵活的运用销售技巧，同样在工作当中也应该多去找一些方法。

3、工作不够严谨。回想过去的工作，有好多事情本来是一个人可以解决的，偏偏要经过几个人的手，有些问题本来应该是一次性解决的，偏偏去做一些重复性的工作，在今后的工作当中一定要把问题多想一想，多找方法提高自己的工作能力。

4、提高工作效率。我们是做客服工作的，不管是从公司还是个人来说，做事必须讲究效率，要言必行，行必究，在过去

的工作当中我们面对一些比较棘手的工作往往拖着不办，结果给后面的工作就带来了很大的难度和很多的工作量。所以作为明年的工作我们应该抱着有一个客户咱们就处理一个客户，一个问题咱们就解决一个问题，改变过去的拖拖拉拉的工作习惯。把每一个工作都实实在在的落实到位。

x年的结束对于我们来说并不代表着工作的结束，而是一个新起点的开始。因为我们的工作在来年面临着更严峻的考验，充满着挑战□x年公司的销售可以说是很不错，基本上完成了公司x年制定的销售任务，但是在最后的工作当中，因为时间的紧迫以及工程滞后的原因导致一期的交房工作进行的并不是十分的顺利，在此同时对公司的形象、美誉度造成很大的影响，将之前我们花费了很大的精力打造的品牌形象破坏，这将对以后3期住宅及商铺的销售带来一定的影响，同时再伴随着因受全球金融危机影响，房地产市场持续低迷这样的一个状况，客户目前大多抱着持币观望的状态，投资者也变的更为谨慎，再加上普遍风传的降价风潮都给我们x年的销售工作带来了很大的困难。所以在这个时候我们更应该强硬自身，提高自己的思想认识，增强全局意识，加强服务理念，从我个人角度出发，服从公司的安排，严格要求自己，按以下几点迎接x年的工作。

1、调整心态，树立信心。我们应该相信困难应该是暂时的，有冬天那么春天就不会离我们太遥远。

2、提高服务意识及服务能力，做好客户的维系工作，尽可能的维护公司的品牌形象。

3、坚持，改变自身的适应能力锻炼提高自己。我们没有办法改变环境，但是我们可以改变自己适应环境。

回首过去，成绩辉煌;展望未来，任重道远。我相信随着公司的改革和不断的进步，即使我们x年面对更严峻的考验只要我

们公司全体同仁能够上下团结一致，抛弃私心杂念端正心态在我们共同的努力下相信我们在x年我们能够取得更辉煌的成绩。

## 客服工作计划一点 客服工作计划篇七

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求，也就是说我们所有的工作都应以客户为中心来开展。现代公司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，并且以此来带动全部门员工，使我们的服务更具专业性、有效性、针对性与责任感，使得呼叫中心的全员服务意识得到体现。

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：

i□巩固并维护现有客户关系。

ii□发现新客户（潜在客户、潜在需求）。

完成目标i可以通过以下途径：

1、通过电话和信函与老客户沟通，收集客户的反馈信息及了解客户最新的出游动向。

2、定期选择客户群，进行有针对性的上门回访及促销。

完成目标ii可以通过以下途径：

- 1、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。
- 2、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。

## 客服工作计划一点 客服工作计划篇八

20xx年重点围绕强化销售和运营能力，提升客户感知和品牌影响力开展工作，逐步探索和构建能够迎合网购需求的电子商务运营模式，优化完善订单处理、配送及导购等运营流程，在电子渠道营业额、用户数和服务量等方面取得一定突破。

目前我公司电子商务工作仍面临以下问题：

一、是销售规模小。

全年销售额20xx万元，发展3g用户4.2万户，占全网发展量1.8%，与广东(6%)、江苏(4.2%)等省差距大；二是品牌影响力弱。网厅关注度和手厅3g用户渗透率等指标然偏低；三是客户感知差。产品竞争力和服务体验亟待提升，配套支撑流程体系有待完善。

同时，电子商务和通信行业格局正在发生深刻地变化。主要体现在：一是社会电子商务快速发展引发用户消费习惯变化；二是电子渠道是运营商全程掌控的销售服务渠道，销售效率高，服务规范，品牌控制力强；三是电子商务成为运营商取得差异化竞争优势的手段；四是移动业务转售将对运营商渠道能力提出新挑战。这些变化将对联通电子商务提出更高的要求。

我们仍处于由电子渠道建设向电子商务运营转型的初期，需从公司战略高度规模推进全业务电子商务和全渠道互联网化，加快建立和完善电子商务运营体系，带动公司整体运营效率和经营水平的提升。

## 二、目标和思路

目标：能力上台阶，服务上水平，销售上规模，品牌入人心，打造营销服务主渠道。

思路：强化产品销售、营销推广、集中运营、服务管理□it支撑五个关键环节，完善配套机制体制，优化前后端业务和服务全流程，实施线上线下一体化协同，逐步打造高效的、覆盖全业务、全渠道的电子商务运营体系，全方位提升客户体验。

## 三、工作规划

以构建和完善电子商务运营体系为核心，加速推进电子化销售体系、运营体系、客户服务与管理体系□it支撑体系等四个子体系建设，理顺与之配套的机制体制，促进电子商务服务与营销各项能力提升。

### (一) 电子化销售体系

#### 1、线上产品体系与销售政策

研究明确线上销售政策。以公司产品政策为指导, 结合线上销售特点，进行成本收益测算，建立科学合理、可量化的线上销售政策评价模型。

开发适合线上自有渠道/线上社会渠道的专属产品。 配合宽带无条件受理，加快推进固网宽带网上预订服务，并适时推出宽带网上销售。

研究为京东、苏宁等有终端销售能力的社会渠道匹配具有竞争力的产品政策。

发挥电子渠道优势，研究增值业务和移动应用业务的ott销售

模式。

## 2、新型营销推广体系

强化自有电子渠道推广。一是制定并落实全年营销活动；二是加强四厅联动和与用户交流互动，提升服务到销售的转化率；三是实体渠道与电子渠道的互相推介引导；四是实施传统媒体与新媒体的组合宣传，探索推进与龙广合作。

加快网络社会渠道的拓展。推进与天猫、拍拍、京东、苏宁等主流电商的合作，加快微营销等网络分销渠道的建设。

加强对互联网广告、富媒体、网络精准广告、移动互联网广告等新兴媒体广告研究，实施业务高效率低成本宣传推广，探索以精准到达和成交为效果评价的媒体推广合作模式。

研究和构建利用二维码、社交网络推广和销售模式。

### (二)运营体系

实施全省订单集中处理，优化实现订单归集、订单处理、仓储配送、号码资源共享、统一结算等流程。

完善和丰富oto模式，在现有电话营销oto的基础上，

推出线上预受理线下办理、小型渠道数字货架，实现线上线下载道的相互引流。

配合销售推进宽带线上预受理、宽带线上销售、非定制终端销售、增值业务与移动应用销售等产品上线和新型促销模式的实现。

推进自主终端、迷你终端产能和覆盖的提升，建立电子化管理手段。实现迷你终端号卡销售功能。

建立健全电子商务稽核体系和配套手段。

### (三) 客户管理与服务体系

完善在线客服体系，实现全电子渠道在线服务和导购，建立投诉处理快速反应机制。

建立电商客户管理体系与经营分析体系。

建立用户行为分析手段，实施电商精准服务营销。探索全触点的客户服务和业务推广模型。

开展网上客户维系的策略政策和手段。

### (四) 电子商务it支撑体系

1、个性化应用项目。依托手厅、微厅开放接口，开发本省个性化应用，改善用户体验。

2、社会化网络营销支撑系统。实现社会化网络渠道的资源支撑、运营管理、考核评价。

3、线上线下一体化销售服务支撑平台。实现oto线上线下一体化支撑。支撑总部功能落地开发。支撑集团客户wo店。

5、全流程管控生产运营支撑系统。实施四厅运营状态监控和两终端电子化管理，实现全流程生产运营指令跟踪与分析。

6、电商数据分析系统。支撑电商行为分析、全触点管理及精准营销。

### (五) 机制保障

推进集中化专业化，强化省公司集中运营职能，突出销售导



向；

线上产品销售政策与专属产品政策；

集中运营资源保障，如宣传推广成本、码号资源共享、战略终端匹配比例；

在线导购/oto销售激励或佣金政策。

## (六) 电商指标体系

电子商务指标体系(包含kpi)将以销售和服务两大类指标为导向，强化运营支撑和渠道能力两类指标，根据阶段发展重点，突出相应指标。

1、销售类指标

2、服务类指标

3、运营支撑类

自助终端开机率：现有终端开机比率

在线客服接线率/20s及时率：

4、渠道能力类

网厅访问量

手厅渗透率

微厅用户数

业务定制量

# 全省电子商务发展和收入指标测算

## 1、 现状

用户发展情况：用户数、发展速度、用户分类□arpu值 年销售额：

业务收入：

## 2□20xx年发展测算

必要条件：集中运营、资源保障

用户数发展测算，当月发展，全年发展、累计到达 收入测算

## 3、哈分公司网厅与实体厅成本对比匡算

结论：1、2、3、

## 4、电商服务指标与成本匡算

营业额与服务量，服务量迁移占比

服务量成本核算。交费、查询。

## 5、江苏成本测算依据。政策框架。成长历程。收入规模。

## 1□kpi指标

当前集团对各省电子商务kpi考核指标包括营业额和手厅

渗透率两项指标。

电子渠道交易额：所有电子渠道销售、服务产生的交易金额

## 2、专业评价指标

电子渠道发展3g用户占比：

电子渠道服务量：

电子渠道使用用户数：

自助终端日均单台营业额：

自助终端在网时长：

业务定制量：

### (七)20xx年各项目标

#### 1、销售目标

销售收入：全年突破3000万元，增幅50%

业务收入：

#### 2、服务目标

手厅、微厅用户数：年末手厅用户达到80万户，微厅绑定用户1万户

业务量/迁移占比：达到70%

ecs自助终端开机率：95%

#### 3、运营目标

订单处理及时率：95%以上