

# 2023年客户投诉工作汇报(精选8篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 客户投诉工作汇报篇一

为求迅速处理客户投诉(客诉)案件,维护公司的信誉,促进质量改善与售后服务,制定本办法。

### 第二条范围

包括客诉表单编号原则,客诉的处理、追踪改善、成品退货、处理期限,核决权限及处理逾期反应等项目。

### 第三条适用时机

凡本公司产品遇客户反应质量异常的申诉(以下简称“客诉”)时,依本施行办法的规定办理。(如未造成损失时业务部或有关单位前往处理时,应填报“异常处理单”反应有关单位改善)。

第四条进行客诉处理时,必须依据客诉处理程序来进行。

### 第五条客诉分类

客诉处理作业依客诉异常原因的不同区分为:

(一)非质量异常客诉发生原因(指人为因素造成)。

(二)质量异常客诉发生原因。

## 第六条处理部门

## 第七条处理职责

### 各部门客诉案件的处理职责

#### (一)业务部门

- 1、详细检查客诉产品的订单编号、料号、数量、交运日期。
- 2、了解客诉要求及确认客诉理由。
- 3、协助客户解决疑难或提供必要的参考资料。
- 4、迅速传达处理结果。

#### (二)质量管理部

- 1、进行客诉案件的调查、上报以及责任人员的拟定。
- 2、发生原因及处理、改善对策的检查、执行、督促。
- 3、客诉质量的检验确认。

#### (三)总经理室生产管理组

- 1、客诉案件的登记,处理时效管理及逾期反应。
- 2、客诉内容的审核、调查、上报。
- 3、处理方式的拟定及责任归属的判定。
- 4、改善客诉方案的提出、执行成果的督促及效果确认。
- 5、协助有关部门进行客诉的调查及妥善处理。

6、客诉处理中提出客诉反应的意见,并上报有关部门进行追踪改善。

#### (四)制造部门

- 1、针对客诉内容进行详细调查,并拟定处理对策及执行检查。
- 2、提报生产单位、机班别、生产人员,及生产日期。

### 第八条客诉处理表编号原则

#### (一)客诉处理的编号原则

年度(××)月份(××)流水编号(××)

#### (二)编号周期以年度月份为原则。

### 第九条客户反应调查及处理

(一)业务部人员于接到客户反应产品异常时,应即查明该异常(编号、料号、交运日期、数量、不良数量)、客户要求,并即填具“客户抱怨处理表”(附表2)连同异常样品签注意见后送总经理室办理。若客户要求退(换)货数量因客户尚在加工中而无法确定时应于“客户要求”栏注明:“客户加工中未确定”

(二)为及时了解客户反应异常内容及处理情况,由质量管理部或有关人员于调查处理后三天内提出报告,上报总经理批示。

(三)总经理室生产管理组接到业务部门的“客户抱怨处理表”后即编列客诉编号并登记于“客户抱怨案件登记追踪表”后,送质量管理部追查分析原因及判定责任归属部门后,送生产单位分析异常原因并拟定处理对策,并送经理室批示意见,另依异常状况送研发部提示意见,再送回总经理室查核后送回业务部门拟定处理意见,再根据总经理室的综合意见后,

依核决权限再送回业务部依批示处理。

(四) 业务人员收到总经理室送回的“客户抱怨处理表”时,应立即向客户说明、交涉,并将处理结果填入表中,经主管核阅后送回总经理室。

(五) 总经理室生产管理组接到业务部填具交涉结果的“客户抱怨处理表”后,应于一日内就业务与工厂的意见加以分析作成综合意见,依据核决权限分送业务部经理、副总经理或总经理核决。

(六) 判定发生单位,若属我方质量问题应另拟定处理方式,改善方法是否需列入追踪(人为疏忽免列案追踪)作明确的判定,并依“客诉损失金额核算基准”(附件1)及“客诉罚扣判定基准”拟定责任部门损失金额,个人惩处种类呈主管批示后,依罚扣标准办理,若涉及行政处分则依“客诉行政处理原则”办理。

(七) 经核签结案的“客户抱怨处理表”第一联质量管理部存,第二联制造部门存,第三联送业务部门依批示办理,第四联送会计科存,第五联总经理室存。

(八) “客户抱怨处理表”会决后的结论,若客户未能接受时业务部门应再填一份新的“客户抱怨处理表”附原抱怨表一并呈报处理。

(九) 总经理室生产管理组每月十日前汇总上月份结案的案件于“客诉案件统计表”会同制造部、质量管理部、研发部及有关部门主管判定责任归属确认及比率并检查各客诉项目进行检查改善对策及处理结果。

(十) 业务部门不得超越核决权限与客户做任何处理的答复协议或承认。对“客户抱怨处理表”的批示事项据以书信或电话转答客户(不得将“客户抱怨处理表”影印送客户)。

(十一)各部门对客诉处理决议有异议时得以“签呈”专案呈报处理。

(十二)客诉内容若涉及其他公司,原物料供应商等的责任时由总经理室会同有关单位共同处理。

(十三)客诉不成立时,业务员在接到“客户抱怨处理表”时,在规定收款期收回应收帐款,如客户有异议时,再呈报上级进行处理。

## 第十条客诉案件处理期限

(一)“客户抱怨处理表”处理期限自总经理室受理起国内十五天国外二十天内结案。

(二)各单位客诉处理作业流程及处理期限

## 第十二条客诉责任人员处分及奖金处罚

(一)客诉责任人员处分

总经理室生产管理组每月十日前应审视上月份结案的客诉案件,凡经批示为行政处分,经整理后送人事单位并在“人事公布单”上公布。

(二)客诉绩效奖金处罚

制造部门、业务部门及服务部的的责任归属单位或个人由总经理室依客诉案件发生的项目原因决定责任归属单位,并开立“奖罚通知单”呈总经理批准后复印三份,一份自存,一份会计单位查核,一份送处罚部门处罚奖金。

## 第十三条成品退货帐务处理

(一)业务部门于接到已结案的“客户抱怨处理表”第三联后

依核决的处理方式处理：

1、折让、赔款2业务人员应依“客户抱怨处理单”开立“销货折让证明单”一式二联,呈经副)理、总(副)经理核签及送客户签章后一份存业务部,一份送会计作帐。

2、退货、重处理:即开立“成品退货单”注明退货原因,处理方式及退回依据后呈经(副)理批示后,除第一联自存督促外其余三联送成品仓储据以办理收料。

(二)会计科依据“客户抱怨处理表”第四联中经批示核定的退货量与“成品退货单”的实退量核对无误后,即开立传票办理转帐,但若数量、金额不符时依左列方式办理。

1、实退量小于核定量或实退量大于核定量于一定比率(即以该客户订制时注明的“超量允收比率,若客户未注明时依本公司规定)以内时,应依“成品退货单”的实退数量开立“传票”办理转帐。

2、成品仓储收到退货,应依业务部送来的“成品退货单”核对无误后,予以签收(如实际与成品退货单所载不符时,得请示后依实际情况签收)。“成品退货单”第二联成品仓储存。第三联会计科存,第四联业务部存。

3、因客诉之故,而影响应收款项回收时,会计部门于计算业务人应收帐款回收率的绩效奖金时,应依据“客户抱怨处理表”所列料号之应收金额予以扣除。

4、业务人员收到成品仓储填回的“成品退货单”应在下列三种方式中择一一取得退货证明：

(1)收回原开立统一发票,要求买受人在发票上盖统一发票章。

(2)收回注明退货数量、单价、金额及实收数量、单价金额的

原开立统一发票的影印本,且必须由买受人盖统一发票章。

(3)填写“销货退回证明单”由买受人盖统一发票章后签回,取得上述文件后与成品销货退回单一并送会计部作帐。

5、客诉处理结果为销货折让时,业务人员依核决结果开立“销货折让证明单”依下列三种方式取得折让证明:

(1)收回注明折让单价,金额及实收单价、金额的原开立统一发票影印本,影印本上必须由买受人盖买受人盖统一发票章。

(2)填写“销货折让证明单”由买受人盖统一发票章后签回。

取得上述文件之后与“销货折让证明单”一并送会计科作帐。

#### 第十四条处理时效逾期的反应

总经理室于客诉案件处理过程中,对于逾期案件应开立“催办单”催促有关部门处理,对于已结案的案件,应查核各部门处理时效,对于处理时效逾期案件,得开立“治办单”送有关部门追查逾期原因。

#### 第十五条实施与修订

本办法呈总经理核准后实施,修订时亦同。

## 客户投诉工作汇报篇二

第一条、为加强和规范我行营业网点客户投诉处理工作,提高服务质量,以客户为中心,切实提升我行“窗口”形象,制定本规范。

第二条、本规范适用于我行各分行及下属各营业网点□xx直属支行的客户投诉管理工作。

第三条、营业网点受理客户投诉的方式主要包括现场口头投诉、客户意见簿投诉、信函投诉、电话投诉等，以上各项投诉均需进行记录。

用于记录客户投诉的登记簿分为客户意见簿和意见登记簿，其中客户意见簿由各网点放置于营业厅显著位置，主要用于客户日常填写投诉意见或建议；意见登记簿用于各网点负责投诉管理的专人记录口头投诉、信函投诉、电话投诉等其他投诉。

回复客户投诉，统计、分析、上报客户投诉处理情况。营业网点所有员工均负有受理客户投诉的义务，及在岗位处理权限内进行处理的责任。

第五条、营业网点应在醒目位置摆放客户投诉电话公示牌，我行客户投诉电话为0379—65921976。

第六条、营业网点受理客户投诉实行“首问负责制”，即第一位受理客户投诉的员工应在其处理权限内负责解决问题；若超出其权限，该员工应及时将投诉问题转交负责客投诉管理人处理，由投诉管理人负责协调、解决，并将处理结果回复客户；同时，投诉管理人应立即向营业网点负责人汇报、反映，争取将客户投诉在网点层面解决。

第七条、营业网点处理客户投诉的基本要求

（一）认真、耐心、诚恳地受理客户投诉，在全面了解事实的基础上，及时妥善处理，尽量让客户满意。禁止推诿或采取粗暴的态度。

（二）坚持以客户为中心，认真分析造成投诉的原因，不回避矛盾，能立即答复的要当场予以答复；对当场不能答复的，应在三日内回复客户。

（三）对超出本网点处理权限的投诉，应及时向总行规范服务管理部门报告。营业网点要及时跟踪投诉处理情况，确保及时回复客户。

（四）处理客户投诉时，要对客户投诉的问题进行核实，开展详尽的调查。

（五）对调查证实我行应负责任的投诉，责任人或责任部门要向客户道歉，及时纠正错误，同时要采取相应措施，认真整改，防止类似情况再次发生。对经查证我行无责任的投诉，要耐心向客户做好解释工作。

## 第八条、现场口头投诉处理

（一）首位受理客户投诉的员工要认真倾听、记录客户的投诉内容，并向客户复述主要问题，避免出现理解歧义。对能给予答复的问题，应立即向客户解释说明。无法答复的，应立即转交投诉管理人。

（二）为避免产生不良影响，投诉管理人应尽可能把客户请到不影响其他客户的场所，积极提出解决办法、做好与客户沟通工作。必要时，向网点负责人报告，尽量当场予以答复。

（三）当场不能答复的，投诉管理人要安抚客户情绪，并和客户约定回复时限，请示网点负责人处理。投诉处理完毕后将处理情况回复客户，投诉管理人要在意见登记簿上记录处理和回复情况，并由网点负责人签字确认。

（四）经网点负责人确认，客户投诉超出本网点处理权限的，要及时将客户投诉报总行规范服务管理部门处理。

## 第九条、客户意见簿投诉处理

投诉管理人应每日查阅客户意见簿，及时了解客户意见和建

议。对属于本网点处理权限的投诉，应及时通知责任人进行处理；对超出本网点处理权限的投诉，经网点负责人确认后，报总行规范服务管理部门处理。投诉处理完毕，投诉管理人要在客户意见簿上回复相关处理意见，并签字确认；客户留有联系方式的，必须回复客户。

## 第十条、信函投诉处理

（一）投诉管理人负责客户信函投诉。应认真将信函投诉内容记录在意见登记簿中。

（二）属于本网点处理权限的，投诉管理人应及时调查了解投诉情况，解决投诉问题后，将处理情况回复客户。投诉处理完毕，投诉管理人要在意见登记簿上记录处理和回复情况，并由网点负责人签字确认。

（三）超出本网点处理权限的，经网点负责人确认后，投诉管理人应及时将投诉信函报总行规范服务管理部门处理。投诉信函应复印，留存备查。

（四）及时配合了解总行投诉处理情况，并在登记簿予以记录。

## 第十一条、电话投诉处理

（一）营业网点接到客户电话投诉。

1、首位受理客户投诉的员工要认真倾听、记录客户的投诉内容，并向客户复述主要问题，避免出现理解歧义。对能答复的问题，应立即向客户解释说明。无法答复的，应立即转交投诉管理人。

2、投诉管理人接到转交的客户投诉后，应积极提出解决办法、做好与客户沟通工作，尽量当场给予答复。

3、当场不能答复的，投诉管理人要在意见登记簿上记录客户信息和投诉内容，并和客户约定回复时限。调查处理后将处理情况回复客户，并在意见登记簿上记录处理和回复情况，由网点负责人签字确认。

4、超出本网点处理权限的，经网点负责人确认后，负责客户投诉管理的专人应及时将客户投诉报总行规范服务管理部门处理。

5、及时配合了解总行投诉处理情况，并在登记簿予以记录。

（二）客户在营业网点现场拨打客户服务电话，并将电话转交营业人员接听时。

1、受理人员在确认对方为客服后，应认真如实解答相关问题。

2、受理人员应积极与客服共同妥善处理投诉，不得拒绝接听或强行挂断电话，严禁在客户面前与客服人员发生争执。

## 客户投诉工作汇报篇三

第一条 为加强和规范我行营业网点客户投诉处理工作，提高服务质量，以客户为中心，切实提升我行“窗口”形象，制定本规范。

第二条 本规范适用于我行各分行及下属各营业网点□xx直属支行的客户投诉管理工作。

第三条 营业网点受理客户投诉的方式主要包括现场口头投诉、客户意见簿投诉、信函投诉、电话投诉等，以上各项投诉均需进行记录。

用于记录客户投诉的登记簿分为客户意见簿和意见登记簿，其中客户意见簿由各网点放置于营业厅显著位置，主要用于

客户日常填写投诉意见或建议；意见登记簿用于各网点负责投诉管理的专人记录口头投诉、信函投诉、电话投诉等其他投诉。

回复客户投诉，统计、分析、上报客户投诉处理情况。营业网点所有员工均负有受理客户投诉的义务，及在岗位处理权限内进行处理的责任。

第六条 营业网点受理客户投诉实行“首问负责制”，即第一位受理客户投诉的员工应在其处理权限内负责解决问题；若超出其权限，该员工应及时将投诉问题转交负责客投诉管理人处理，由投诉管理人负责协调、解决，并将处理结果回复客户；同时，投诉管理人应立即向营业网点负责人汇报、反映，争取将客户投诉在网点层面解决。

第七条 营业网点处理客户投诉的基本要求

（一）认真、耐心、诚恳地受理客户投诉，在全面了解事实的基础上，及时妥善处理，尽量让客户满意。禁止推诿或采取粗暴的态度。

（二）坚持以客户为中心，认真分析造成投诉的原因，不回避矛盾，能立即答复的要当场予以答复；对当场不能答复的，应在三日内回复客户。

确保及时回复客户。

（四）处理客户投诉时，要对客户投诉的问题进行核实，开展详尽的调查。

（五）对调查证实我行应负责任的投诉，责任人或责任部门要向客户道歉，及时纠正错误，同时要采取相应措施，认真整改，防止类似情况再次发生。对经查证我行无责任的投诉，要耐心向客户做好解释工作。

## 第八条 现场口头投诉处理

（一）首位受理客户投诉的员工要认真倾听、记录客户的投诉内容，并向客户复述主要问题，避免出现理解歧义。对能给予答复的问题，应立即向客户解释说明。无法答复的，应立即转交投诉管理人。

（二）为避免产生不良影响，投诉管理人应尽可能把客户请到不影响其他客户的场所，积极提出解决办法、做好与客户沟通工作。必要时，向网点负责人报告，尽量当场予以答复。

（三）当场不能答复的，投诉管理人要安抚客户情绪，并和客户约定回复时限，请示网点负责人处理。投诉处理完毕后将处理情况回复客户，投诉管理人要在意见登记簿上记录处理和回复情况，并由网点负责人签字确认。

（四）经网点负责人确认，客户投诉超出本网点处理权限的，要及时将客户投诉报总行规范服务管理部门处理。

## 第九条 客户意见簿投诉处理

投诉管理人应每日查阅客户意见簿，及时了解客户意见和建议。对属于本网点处理权限的投诉，应及时通知责任人进行处理；对超出本网点处理权限的投诉，经网点负责人确认后，报总行规范服务管理部门处理。投诉处理完毕，投诉管理人要在客户意见簿上回复相关处理意见，并签字确认；客户留有联系方式的，必须回复客户。

## 第十条 信函投诉处理

（一）投诉管理人负责客户信函投诉。应认真将信函投诉内容记录在意见登记簿中。

（二）属于本网点处理权限的，投诉管理人应及时调查了解

投诉情况，解决投诉问题后，将处理情况回复客户。投诉处理完毕，投诉管理人要在意见登记簿上记录处理和回复情况，并由网点负责人签字确认。

（三）超出本网点处理权限的，经网点负责人确认后，投诉管理人应及时将投诉信函报总行规范服务管理部门处理。投诉信函应复印，留存备查。

（四）及时配合了解总行投诉处理情况，并在登记簿予以记录。

## 第十一条 电话投诉处理

（一）营业网点接到客户电话投诉。

1. 首位受理客户投诉的员工要认真倾听、记录客户的投诉内容，并向客户复述主要问题，避免出现理解歧义。对能答复的问题，应立即向客户解释说明。无法答复的，应立即转交投诉管理人。

2. 投诉管理人接到转交的客户投诉后，应积极提出解决办法、做好与客户沟通工作，尽量当场给予答复。

3. 当场不能答复的，投诉管理人要在意见登记簿上记录客户信息和投诉内容，并和客户约定回复时限。调查处理后将处理情况回复客户，并在意见登记簿上记录处理和回复情况，由网点负责人签字确认。

4. 超出本网点处理权限的，经网点负责人确认后，负责客户投诉管理的专人应及时将客户投诉报总行规范服务管理部门处理。

5. 及时配合了解总行投诉处理情况，并在登记簿予以记录。

## 客户投诉工作汇报篇四

尊敬的主管领导：

在上班期间，我不仅没有认真聆听和领会领导的教导，却在下面工作不努力，并被客人投诉。几天来，我认真反思，深刻自剖，为自己的行为感到了深深地愧疚和不安，在此，我谨向公司做出深刻检讨，并将我几天来的思想反思结果向领导汇报如下：

通过这件事，我感到这虽然是一件偶然发生的事情，但同时也是长期以来对自己放松要求，工作作风涣散的必然结果。经过几天的反思，我对自己这些年的工作成长经历进行了详细回忆和分析。记得刚上班的时候，我对自己的要求还是比较高的，时时处处也都能遵守相关规章制度，从而努力完成各项工作。但一段时间来，由于工作逐渐走上了轨道，而自己对(自己的部门)的一切也比较熟悉了，尤其是主管对我的关怀和帮助在使我感到温暖的同时，也慢慢开始放松了对自己的要求，反而认为自己已经做得很好了。因此，这次发生的事使我不仅感到是自己的耻辱，更为重要的是我感到对不起公司对我的信任，愧对老板的关心。

同时，在这件事中，我还感到，自己在工作责任心上仍就非常欠缺。众所周知，公司的规章制度和领导的教导是布置和安排指导工作的最佳途径，也是各部门各单位开展工作的一个重要思想方针的获得渠道。就是在这样重要的场合下，我却无精打采的工作，这充分说明，我从思想上没有把公司的规章制度和领导的教导重视起来，这也说明，我对自己的工作没有足够的责任心，也没有把自己的工作更加做好，更加走上新台阶的思想动力。在自己的思想中，仍就存在得过且过，混日子的应付思想。现在，我深深感到，这是一个非常危险的倾向，也是一个极其重要的苗头，如果不是客人投诉和领导及时发现，并要求自己深刻反省，而放任自己继续放纵和发展，那么，后果是极其严重的，甚至都无法想象会发

生怎样的工作失误。因此，通过这件事，在深感痛心的同时，我也感到了幸运，感到了自己觉醒的及时，这在我今后的人生成长道路上，无疑是一次关键的转折。所以，在此，我在向领导做出检讨的同时，[莲山~课件]也向你们表示发自内心的感谢。

此外，我也看到了这件事的恶劣影响，如果在工作岗位上，大家都像我一样自由散漫，漫不经心，那怎么能及时把工作精神贯彻好、落实好，并且把工作做好呢。同时，如果在我们这个集体中形成了这种目无组织纪律观念，为所欲为的不良风气，我们工作的提高将无从谈起。因此，这件事的后果是严重的，影响是恶劣的。

发生这件事后，我知道无论怎样都不足以弥补自己的过错。因此，我不请求领导对我宽恕，无论领导怎样从严从重处分我，我都不会有任何意见。同时，我请求领导再给我一次机会，使我可以通过自己的行动来表示自己的觉醒，以加倍努力的工作来为我单位的工作做出积极的贡献，请主管相信我。

签名：

时间□20xx年\*\*月\*\*日

## 客户投诉工作汇报篇五

众所周知，物业管理是寓服务、管理、经营为一体的服务性行业，而作为服务性行业的物业管理企业要想杜绝业主住户投诉是完全不可能的。你做得很出色，业主住户不一定会赞扬你，而一旦你做得不够好，业主住户就一定会投诉你。

为何投诉呢？它是指业主住户（即物业所有人和使用人）在使用物业或享受服务的过程中，由于对房屋质量、设施设备运行、毗邻关系以及服务质量、服务态度等产生不满情绪或抱怨，而提请物业管理企业解决处理，或者直接向有关主管

部门反映的行为。处理投诉，是物业管理企业日常管理与服务工作的一项重要任务，也是与业主住户直接交流与沟通的最佳方式。

俗话说：“金无赤足，人无完人”，尽管物业管理公司尽心尽力、尽职尽责，但也不可能把工作做到十全十美，无懈可击。因此，投诉也就在所难免。产生投诉的原因，可以归纳为以下几点：

1、房屋质量方面：如房屋渗水、内外墙体开裂、管道裂缝或堵塞、下水道不畅通等等。

2、物业配套方面：如水电、煤气或有线电视、防盗系统等未到位，垃圾房布置不合理，没有足够的车辆停放场所，没有休闲与娱乐场所或活动室。

3、设备设施方面：如电梯经常出故障，防盗门禁电子系统无法正常使用等。

4、服务技巧方面：如服务态度：如物业管理人员礼仪礼节欠佳，出言不逊，态度生硬，横眉冷眼等。服务时效：如工作效率低、处理问题速度慢，维修不及时，办事拖拉等。服务质量：如人身、财产的安全得不到保障，环境卫生脏、乱、差，绿化区域内杂草丛生，维修返修率高等。服务项目：主要是指物业管理企业所提供的物业服务项目单一，不能满足各类不同层次业主的需求。

5、管理费用方面：主要是对物业管理服务费、各种分摊费用等感到不满：如认为物业管理费太高，各类公共能耗等费用的分摊不均或不合理等。

6、突发事件方面：如突然停电，被困于电梯，室内被盗、家室浸水，遭受意外的火灾、车辆的丢失、私人物件被损等。

7、相邻关系方面：主要是由于业户与相邻业户之间产生的矛盾协调不成而转至物业管理企业的各类投诉：如漏水、噪音等等。

充分了解物业管理投诉者及其心态是物业管理从业人员处理物业管理投诉的关键所在，知己知彼，才能百战不殆。

## 1、投诉者的类别：

a□职业投诉者。这些人不间断地以不同的理由进行投诉，希望通过这样的途径能直接或间接的获得经济上的更多的收益或补偿，以及为其提供超高的服务水准。投诉的内容往往是小问题，但投诉者总是试图以之夸大。

b□问题投诉者。在物业管理投诉项目中，绝大多数都属于这一类，他们对所出现的问题感到不满，但不想小题大做只想将问题或不满通过各种有效途径进行反映，以求得到妥善处理。

c□潜在投诉者。这类投诉者有其合理的投诉事由，但出于某种原因的考虑并不想进行投诉，尽管有时也会向自己的亲朋好友“诉苦”或不间断地发牢骚、埋怨。此类投诉者只有在被“逼上梁山”才会转为问题投诉者。

## 2、投诉者的心态

a□心态之一：求尊重。这主要是指那些有身份地位、有财富及其他类型（如自我感觉良好等）的业主，他们往往口气大，来势猛，有时甚至还大吵大闹，盛气凌人。他们力图通过这一系列行为向物业管理企业提示：你要关注我、尊重我、要不折不扣的为我办事等。

b□心态之二：求发泄。这种心态类型的业主，由于他在工作上、家庭生活中受到不同程度的委屈，造成心理上的偏差或

不平衡，想通过对某一件小事甚至想尽办法寻找投诉点，发泄心中的郁闷或不快，以此来满足心理上的安慰。

c□心态之三：求补偿。“表里不一”是这种类型业户最好的心态表述。这种人来势往往不凶猛，来了以后并不是单刀直入，而是甜言蜜语、夸这赞那，弄得物业管理人员晕头转向，在未来来得及还神时，突然直截了当地反转话锋，正式切入主题，目的是要获得经济上的补偿。

d□心态之四：求解决。业户确实遇到问题，希望通过物业管理企业帮助或协调解决。

## 客户投诉工作汇报篇六

游客朋友们：

首先我们真心感谢桅子花开、海星以及马来吸呀等几位网友给我们所提的意见，今年在政府论坛上两封公开批评我们的帖子，说实在的，刚刚看到的时候，心里确实是堵得慌的，不高兴的，总觉得目前国内旅游市场大环境就是这个样子，大社不强，小社散差，从业人员服务意识、技能普遍不强等等，刚开始，我们确实给自己找了一些自我安慰的借口。

现在再认真思考这个问题，我们觉得，做为从业人员有责任、有义务，也必须为游客提供更为轻松、快乐的旅游时光。

坦诚的说，今年7、8两个暑期月份下来，在我们质检回访过程中，所发现存在质量问题的，游客投诉到公司的也绝不仅此两例。

我们总结分析下来，存在质量问题的主要是散客出游群体，暑期质量问题一般容易出现在车辆空调不好，某些导游态度存在问题，以及住房条件较差等方面。

目前旅行社的存在方式大体上分为三类，一类是组团旅行社，我们黎明就是这样类型的旅行社，面向终端客户收取客源；一类是地接旅行社，主要接待外地游客来本地旅游；第三类是同行批发旅行社，如扬州苏之旅旅行社，仪征旅行社同行受制于客源量问题，收到游客报名后，无法独立发团，只能交给这样的批发旅行社统一发团。

这种现状就导致了组团旅行社对散客质量的掌控从很大程度上受制于同行批发旅行社，从某种程度上来说，仪征散客出游，选择哪家旅行社报名的差别是不大的，唯一的区别所在是旅行社经营者的思路，以及遇质量投诉后，规模大一些的旅行社对批发旅行社的牵制能力会更强一些，仅此两点而已。

关乎旅游质量还有一个很重要的点，就是导游，景点美不美，全靠导游一张嘴。

好的导游除了在讲解上会更为精彩外，对于游客心理的把握能力通常也会很强，会有较强的协调沟通能力，而目前导游的生存状态基本上都是以兼职为主，这种生存状态，也从很大程度上导致了其责任心的下降，因其兼职故而也缺少有效的服务技能培训。

旅行社不是不想有自己的全职导游，而是因为旅游业的季节性特别强，旺季再多导游也不够用，进入12月份以后的3个月淡季对于小旅行社而言，可能1个导游都嫌多，这个微利行业人力成本应该是最大的成本了，所以这种季节性的特点也导致旅行社不敢、不能用过多的全职导游。

我们公司目前全职导游有16名，在扬州地区算得上是规模庞大的一支导游队伍了，但也只能应对平常季节的客流量，遇上旺季，也只能望洋兴叹，比如贴子中所提到的西安团队，就是一个主要由兼职导游带队的团队。

从我们自身的角度来讲，我们必须认真反思这个行业，认真

反思自己，如果不能真正将“客户赢”这个第一戒写到我们每个员工心里去，黎明旅行社终将被市场淘汰。

从上周起，我们已经开始在竭尽全力探讨游客旅游体验的问题，我们希望尽快将我们的服务意识、服务技能，迅速从对人的服务，提升至对客户的服务。

我们将尽己所能去改造现有的工作流程，我们相信，从我们做起，终将能够逐步改变旅游业的现状，终将实现给游客创造轻松快乐时光这个最终目标。

当然，接下来可能还会有质量问题出现，还会有游客投诉，但我们会以最好的状态，迅速处理这类的质量问题，给游客一个尽可能满意的答复。

道歉人：

## 客户投诉工作汇报篇七

尊敬的客人：：

您好！很感谢您对我们酒店的服务提出意见，我代表我们酒店向您道歉。对于我们员工的失误，我们感到很抱歉，我们一定会加强对员工的管理。

我们企业坚信一个道理就是“ $100-1=0$ ”。她有两个含义：一是酒店出售的产品由多种服务项目购成，每项服务产品如客房、餐饮、娱乐等都代表着一个整体的酒店形象，如果其中任何一项产品出了质量问题，损害的不仅是这项产品的声誉，而是整个酒店的名声，故 $100-1=0$ 。二是客人入住酒店消费，其消费项目由多种服务项目购成，顾客对服务项目的任何一项不满意，他们的满意度不会因此按减法递减，而是全面否定，因为他不可能体验所有的服务项目。在他看来，他体验的那个项目就代表了所有项目的服务质量。在市场竞争日趋

激烈的条件下，他不会当“回头客”，再消费这家酒店提供的服务，对这家酒店来说，它的服务收益便等于零。所以从根本上说，服务质量是酒店的生命。

它告诉我们，对顾客而言，服务质量只有好坏之分，不存在较好较差的比较等级。好就是全部，不好就是零。服务不是零零散散的行动，而是一个系统的工程。挑剔的顾客，会因为系统中一个“点”的问题，而对整个系统的其他部分予以否定。这其实不是顾客的非理性，而恰恰就是“顾客理性”。在顾客理性面前，任何抱怨都是无用的。服务，就必须追求顾客满意。对此，我们酒店对“满意”的诠释是：没有投诉，并不等于满意；没有不满意，也不等于满意；真正的满意是让顾客感动，是让顾客的积极情感发酵、膨胀，不由自主地想对别人讲述自己的被感动状态。只有这样的“满意”，才是真正的“满意情感”。

将对各服务项目的日常管理和各环节明确质量标准，制定工作规范和工作程序，使员工服务行为有章可循。对酒店各岗位、各环节的服务过程进行如实记录，仔细分析研究，按照质量管理要求进行改进，使之合理化，并以文字和图表的形式确定下来，形成服务程序。同时，我们还将制订服务质量检查程序和控制标准，建立质量信息反馈系统，收集分析服务不符合标准的原因，提出和实施改进措施。

感谢您对我们酒点的服务提出的意见，我们以后决不会出这类的问题了，我们会以最优质的服务来回抱给顾客。

我们翘首以待，期待着您对我酒店的宝贵意见，希望在新的一年里我们能够“不断地创造新服务，围绕宾客创造价值，与宾客一同成长发展！”

祝您们事事顺心！

# 客户投诉工作汇报篇八

各位领导;各位同事:

20xx年某月的一中午, 12点正, 这个时间是我们门前柜员交班的时间, 在这个时间, 为了交班的顺利, 钱款清楚。所以, 交班时是不对外收付款业务的。

当我正在紧张有序的清点库存时, 忽见一女子正走入大门, 准备走向窗口时, 为了不影响清库存, 为了不影响顾客等待时间, 我主动对她说: “要干什么, 交班, 等一下再来: “, 由于交班时间紧, 钱款较琐碎, 所以态度不够柔和, 语气有点生硬。由于客户不理解交班的规定, 又认为顾客就是银行的衣食父母, 硬要存, 这时, 我放下手头的工作, 耐心, 礼貌的解释, 但这位女子无法接受, 在柜台外生气兼夹粗话, 最后愤然投诉。

以上事件之所以发生, 我认为要吸取以上教训。

一: 不论业务多么的繁忙, 不论手头的工作多么的重要, 都要坚持微笑服务。

二: 客户是多种多样的, 素质有高低。所以, 我们在对话时要婉转, 要讲究技巧。

三: 要坚定不移的正确理解坚持“顾客永远是对的”要记住, 顾客的不理解就是我们工作的不细致, 客户的不满意就是我们工作的不积极。

一叶可知秋, 一事可成镜。

我将以此事作为一面明镜, 以明镜为鉴, 时时自照, 日日面对, 在以后的工作中, 露出一次次灿烂的微笑, 做到一丝丝耐心的解释。最终达到服务无止境, 更上一层楼天。

签名:

时间□20xx年\*\*月\*\*日