

2023年农村低保工作会议记录 防汛抗旱 工作部署会简报(精选7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。计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间表和资源分配。以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

会务工作计划个人篇一

x年新的一年，对刚成立二年多的**电气设备有限公司**分公司来说，是一个充满挑战、机遇与压力并存的一年，在这二年时间里，由于上级领导的悉心栽培和全员支持与配合下，客户服务各项工作已逐步完善。为了能够尽快赢得客户的认可，优势于其他厂商，提升公司在客户心中的服务形象，特制定2x年工作计划，如下：

认真学习公司与品质有关各种体系流程和业务流程，以便随时应付客户提出的关于品质方面的各种问题，带着“多学习，多沟通，积极主动”的态度，深入到质量投诉的接收、与客户沟通、客户投诉的立即处理等各个工作中去，同时为客户提供质量三包处理（包修、包换、包退）

积极主动地把工作做到点上、落到实处，减少服务时效，当接收到客户质量投诉，应立即处理，减少客户因我司质量问题，产生的抱怨感，尽量减少不必要的损失，为顾客和公司带来更大的利益，同时务必在三天之内关闭客户的质量投诉问题。时刻坚持不懂就问，不明白就多学的态度，与同事多合作，与领导多汇报工作情况，来更好的完成本职工作，同时也增强团队合作能力，来更好的服务于客户。

应即时反应给相关的制作部门（责任部门），同时并填写客户投诉处理报告，针对质量投诉，制订纠正预防措施。每周

对客户投诉情况进行统计分析，以便于更好的统计出质量问题的所在。每月月底将客户投诉以月报形式上报给上级领导，并送相关部门。（此段可纳为工作总结）

以上，是我对x年客服工作的计划，可能还有很多不清晰，不明白的地方，希望领导、同事们多多给予支持与帮助。展望x年，我会更加努力、认真负责的去对待本岗位工作，也力争为公司赢取更多利润，树立公司在客户心目中光辉形象。

会务工作计划个人篇二

20xx年，在总公司领导的正确指引下，在职能部门的专业指导下，我服务中心以年初下发的《工作任务书》和《经济考核指标》为目标，结合本辖区实际情况，扎实工作，勤奋敬业，顺利完成了年度各项工作，达到既定目标，同时也获得了全体业主的一致好评。为了继续保持积极向上的工作势头，现就20xx年的工作做以下总结和回顾，同时将20xx年的工作做初步规划。

1、基础管理方面

服务中心主要围绕质量管理体系的建立和完善工作，在公司品质管理部的大力协助下，完成本服务中心各岗位《工作手册》的编制，并根据服务中心实际情况对公司通用的质量记录表单进行合理删减，对本自用质量记录表单进行及时修订和整合，建立《质量记录清单》。积极配合职能部门组织的“飞行检查”和定期的服务标准检查，通过品质部的检查督导，服务中心各项工作正逐步向标准化、流程化迈进，在检查中发现自身不足，将在后期工作中持续改进。

2、物业服务合同的续签

属区域物业服务合同》等项目的续签工作，经过数轮的谈判和多次的条款修订，最终完成

3、对客户服务方面

通过客服人员从业主的报修接待，第一时间将信息传达至相关部门，并及时跟进落实维修，全年共完成各类工程报修共计24次；对于业主提出的问询和建议，客服人员认真倾听和记录，做出妥善回复，部分问题因客观原因我物业方面无法直接解决的，也尽力做好解释工作；为规避管理风险，发放各类《工作联系单》和《温馨提示》共计xxx份。经统计，本年度服务中心业户服务满意度为100%，综合满意度为xxxx%。此外，服务中心还积极协助xxxx、xxxx等业主单位完成各类艺术品、书画作品展览活动、重要会议接待共xx次，累计接待外来访客xxxx余人次，对于我物业人员的辛勤付出，业主方表示认可和高度赞扬。

4、消防安全管理

值班人员轮流参加专业委外培训课程，提高其业务知识水平和实际操作能力，以满足实际工作的需要。

5、治安管理工作

服务中心实行24小时门岗值班制度和外来施工人员进出登记制度，巡逻岗队员按规定时间、规定路线到指定区域巡逻，并做好巡逻记录。门岗人员在完成人员进出引导、大件物品进出管理等工作同时，还通过视频监控系统，对大楼各台电梯轿厢、门厅、b2f电梯厅、外围广场等重要出入口进行实时监控。面对大楼周边治安环境日益复杂、“白闯”案件屡有发生的情况，在加强外来人员身份核对同时，也向全体业主发放书面温馨提示，以提高安全警惕性。上半年我服务中心辖区内未发生一起刑事治安案件；今年2月12日（大年初四）晚上，我中心保安员在巡查时发现5f走廊顶面有漏水的情况后，立即通知保安领班和保洁人员到现场使用吸水机、拖把、水桶等工具进行临时清理，并立即通知各业主单位的相关领导。

由于我值班人员发现及时、沉重应对、处置得当，及时控制了水势的蔓延，避免给业主单位造成更加重大的财物损失。

6、设备设施管理

备运行的正常运行。同时为保证电梯乘客的人身安全和延长设备使用寿命，向全体业主单位发放了关于规范乘坐电梯的温馨提示。此外，面对今年x月出现的大楼屋面因原设计、建设施工时的原因造成的4至6层室内不同程度的渗漏水情况，工程部紧急采购3台排水泵对屋面积水处进行定期抽排水，以减少渗漏对业主正常工作的影响，并多次组织人员配合广场建设指挥部对大楼屋面和各楼层进行渗漏原因的查找。目前漏水原因已基本查明，后续的修补方案还有待广场建设指挥部与有关单位协商后进行，我服务中心也将继续保持关注。

7、环境绿化管理

严格按照岗位工作规范进行公共区域和楼层室内保洁工作，加强对环境卫生的检查、督促力度。针对夏季蚊蝇滋生高发期，联系专业公司定期对各处平台雨水沟、各层卫生间等重点区域进行消杀工作，并对外包方工作做好监管，给业主创造一个舒适、干净、美观的办公环境。同时，结合部门员工普遍文化水平较低的实际情况，制定通俗易懂的培训计划，提高岗位技能和业务知识，增强团队凝聚力，上半年环境绿化部还未出现人员离职的情况。

1、重点做好关注服务合同续签的工作

门拜访各业委会成员单位，汇报大楼物业服务的工作动态，广泛听取意见和建议，以便配合公司对招投标方案做出及时调整。

2、完善各项管理制度，明确岗位职责

为保证能够科学、合理地安排好各项服务工作，提高工作效率，服务中心将在现有管理制度的基础上，结合大楼的物业工作实际情况进行修改、完善，明确各岗位职责、分工和考核标准，并参照最新下发的《工作手册》有计划的对各部门员工进行宣贯培训，规范制度管理，避免奖惩的随意性。

3、完成业户满意度调查

为真实了解各家业户对我服务的综合满意度，找出服务过程中的存在缺陷，提升服务品质和自身管理水平，计划在今年x月份开展大楼业户服务满意度调查及征询服务意见，对调查中发现的不足之处进行整改和总结，并将整改结果直接反馈至业主。

4、加强外包方的监管

目前我大楼的电梯系统维修保养、消防系统维修保养、室内绿化租赁养护、环境消杀等各项工作都对外委托专业公司负责。下半年中，将对各类外包服务的品质和落实情况加强监督管理，并与外包单位保持良好的信息沟通，发现问题时在第一时间通知外包方进行整改，确保外包工作符合大楼服务品质和实际需要。

5、完成第七次全体业主大会的各项相关工作

会务工作计划个人篇三

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、客户服务与管理信息系统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。

研究准备融合业务线上销售工作。

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。
- 4、在线客服及导购平台升级扩容。
- 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

两终端单台产能：自助和迷你终端单台日均交易额 两终端交易额：自助和迷你终端单总交易额 订单处理及时率：

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：

2020xx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%

mini终端单机交易额：日均1000元 在线客服接线率：达到95%，提升10%

3、运营目标

订单处理及时率：95%以上

会务工作计划个人篇四

客户服务部通过制定客户服务原则和客户服务标准，拟定标准的服务工作流程，协调企业各部门之间的工作，维护企业在售前、售中、售后与客户的良好关系，发挥良好的窗口和

桥梁作用，为企业所拥有的客户提供优质服务，提升客户对企业的美誉度和忠诚度；与企业其他部门协同合作，共同推动企业的良性运作和持续发展。

- 1、客户服务部宗旨：“客户至上，服务第一”。
- 2、协助市场部维护并巩固企业与客户的关系，尤其是与大客户的关系，不断提高企业的服务水平。
- 3、协助生产部，对项目生产全程跟进，协调处理生产中与客户各项事宜。
- 4、衔接市场部与生产部、企业内部各部门之间的协调沟通，为企业营造最佳的运营环境。
- 5、售后服务跟踪及客情关系维护，为提高客户的满意度和企业的利润水平起到良好的支持和辅助作用。
- 6、不断收集最新最全的客户信息，并对之进行详细分析，建立客户资料库。并进行客户分类，对不同类别客户制定不同的服务措施，对高价值客户重点管理。

工作职责及操作规范

客户服务部的工作目的，是要架起一座连接客户与企业内部的桥梁。因此，客服部的工作职责分为对内职责和对外职责两部分。

一、 对内职责：对内负责各项目设计、生产的全程跟进，以及协调沟通各部门之间的工作。职责分解如下：

1、项目建档：

1)、审核业务员递交的项目交接表，了解客户联系情况、制作要求、运输安装要求、合同金额、付款方式等，并建立项

目档案。

2)、项目档案应包括客户基本情况、项目基本情况及制作要求、合同金额及付款方式、实际付款情况(用以评估客户信用度)、项目生产进度各阶段跟踪情况、项目生产中客户增改、投诉意见及处理情况、售后维护历史记录等,为建立客户资料库、进行客户分类提供依据。

3)、项目档案在日常过程跟进中随时更新、健全。

2、项目跟进:

1)、项目交接表下达后,全程跟进生产制作过程。

2)、负责生产过程中所有需经客户确认事宜的沟通、协调,负责客户的约见,负责客户来访的接待,以及客户意见的记录整理。

3)、协助各部门与客户的沟通工作,将客户意见及时反馈给各部门,并跟踪落实到位。

4)、项目进展情况阶段性地向业务员汇报,客户来访提前通知业务员,以便于业务员巩固客情关系。需要业务员与客户沟通的事宜及时与业务员联系,并跟踪落实到位。

5)、收到出货通知,与客户联系出货、安装事宜,开具售后安装单给生产部,并跟踪安装、验收情况,客户签字单据回收管理。

3、售后跟踪

1)、项目安装到位后,安装部门交回售后安装单,客服部2-3天内去电回访安装及制作满意度情况。

2)、售后服务热线的接听、处理。所有售后服务要求、客户

投诉（包括来电、来函）必须在24小时之内给予回复，并及时处理解决。

3)、售后维修、维护要求处理。分析维修、维护要求的范围及可行性：免费服务范围的开具售后维修单给相关部门，并跟踪落实执行情况；不属于免费服务范围的先同客户洽谈费用事宜，客户签字认可后开具售后维修单给相关部门，开具维修费用发票，并跟踪维修执行情况及维修款到帐情况；监督按时按质完成。

4)、根据售后维修记录，及时归纳总结带有共性的产品缺陷，随时收集并整理客户对产品的改进意见，向企业反馈，提供产品修改意见及合理化建议。

4、模型项目资料档案管理：

1)、根据《项目资料归档制度》，执行项目资料档案管理。

2)、所有客户签字的图纸、会议记录、交接表、验收单等原件，一律留客服部存档，生产部持复印件作为生产依据。

5、标识样板管理：

1)、建立标识样板档案，将所有样板进行编号，拍照存档。后期新样板制作完成后先交客服部编号，拍照存档。

2)、编制样板借用单，每个样板的借出、归还都必须有签字交接手续。

3)、样板管理必须有据可寻，对样板的使用存放情况做到清晰、一目了然。

二、对外职责：客户服务的对外职责就是通过提供优质、完善的服务，帮助客户发现和解决出现的问题，并通过持续的

对客户的关注，巩固客户关系，不断为客户提供超值服务，努力提高客户对企业的满意度和忠诚度，建立和保持企业的竞争优势。

对外职能分解如下：

1、客户来访接待：

热情、真诚、细致地做好客户接待工作，并认真做好会议记录，及时跟进。

2、项目生产制作过程中客户管理：

项目生产制作过程中随时与客户保持密切联系，准确了解客户要求及意见，及时将制作困难及需客户确认事项与客户沟通、落实，做到对内成为客户的代言人，对外让企业在项目制作上掌握主动权。

3、日常售后：

1)、处理日常客户服务需求、疑难咨询，解决客户在产品使用中的常见问题。

2)、受理和处理客户投诉，解除企业与客户的纠纷，提高客户满意度，维持企业的信誉及形象。

3)、对大客户、重点客户定期回访，重点项目定期护。

4、客户管理：

1)、不断进行客户信息收集、调查和管理，并对收集的客户信息进行整理和归档，建立客户资料库。

2)、根据客户对企业的现有价值及潜在价值，进行客户分类。

3)、为大客户、重点客户量体裁衣制定管理及服务方案，为其提供超值服务，提高其对企业的忠诚度，避免客户流失。

4)、了解客户动态，加强联系，建立积极的客户关系。如：客户开盘赠送花篮祝贺；客户庆典致电、致函祝贺；客户老总及与企业业务往来中的重要人物生日致以贺电、贺礼等。

5)、定期举办各类联谊会，邀请大客户、重点客户参加，加强与客户的情感交流，维持良好的客情关系。

6)、协助市场部开发潜在大客户，为企业寻找合作伙伴。

岗位设置

一、客服部主管 一名

职责：主持客服部全面工作，制订和调整部门各阶段工作计划和工作重点，协调本部门与客户、与企业其他部门的各项事宜。

二、客服专员 二名

职责：履行上述客户服务部各项工作职责。

工作分配：按市场部小组划分分工跟进。

薪酬体系

客户服务部客服专员薪酬执行绩效考核制。考核制度如下：

一、薪资构成：

客服专员薪资构成分为两部分：1、总薪资的2/3为基本底薪；2、总薪资的1/3为绩效薪资。

二、绩效考核方式：

分为部门主管考核、其他部门考核、部门人员互评三部分。

按底数为100%、总分100分计算。部门主管考核得分占50%，总得分50分；其他部门考核分为市场部和生产部考核：市场部主管考核得分占20%，总得分20分；生产部主管考核得分占20%，总得分20分；部门人员互评得分占10%，总得分10分。若同一部门为多人考核，则取其平均得分。

三、绩效薪资计算方式：

按总绩效得分率计算绩效薪资。

如：某甲上月部门得分45分，其他部门得分分别为市场部18分、生产部17分，互评得分10分，那么其上月总绩效得分为90分，则上月绩效薪资为90%。

会务工作计划个人篇五

在xx这极不平凡的一年里，我吸取了教训、总结了经验，伤痕累累但收获颇多，首先是本人听了八大高手的课程，并学以致用，能够很好的给网员进行讲解和指导。其次，经历了一波牛市和熊市的我，股市经验又增加了一点点。熊市中我做的股票惨遭挫败，无一幸免于难。例如：600211、600871等，但总结了上次亏损的教训，我在10月份买的600550小赚了一点点，亏损虽然没有挽回，但从操作中我获取了经验和教训。

1、努力争取讲课的机会，让自己充分发挥长处并锻炼自己讲课的能力；

2、尽可能多地学习股票方面的知识，并用心给客户讲解；

- 3、讲解过程中敦促客户带人；
 - 4、多打电话跟客户沟通和邀约客户多听课；
 - 5、上门维护做到细心、耐心、用心；
 - 6、重点给网员讲解精神网络的使用技巧和软件操作技巧；
 - 7、有规律的整理好客户资料；
 - 8、多挖掘客户的需求，多找意向客户。
- 1、争取每个月至少一个网介(软件)；
 - 2、争取每个月至少3—5个终免(动静)；
 - 3、争取每个月网员带3—5个非网员；
 - 4、争取每个月1次讲课的机会。

会务工作计划个人篇六

(一) 新版《医疗广告法》颁布后，医疗广告管制受限日趋严格已成定势。

(二) 深圳医疗市场竞争日趋激烈，特别是民营医疗机构竞争更面临新的挑战。

(三) 深圳市医保推出十大举措，进一步扩大医保范围。

(一) 客户服务中心是一个专门的医院内部机构，为就医顾客提供诊前、诊中、诊后等完善、全面、高品质的一体化服务。

(二) 医疗市场竞争的日趋激烈，使医院必须向就医顾客提

供更好的优质服务和人文关怀，全面贯彻和体现“以顾客为中心”的服务理念，为就医顾客提供诊前、诊中、诊后等完善、全面、高品质的一体化服务，这样才能保证医院的生存与发展。因此，成立专门的机构医院客户服务中心，来负责向客户提供一体化的服务。通过医院客户服务中心，医院就可以有的放矢地为就医顾客提供完善的服务。

（一）整合医院资源，利用品牌优势，做好地面营销拓展，加强品牌宣传和建设。

（二）进一步明确客服部职能，加强客服部组织建设，打造一支精悍有力、行动迅速、务实求进的营销队伍。

（三）通过广泛与市、区、街道、居委等各级政府职能部门（卫生局、健教所、计生委、妇联、共青团委）、民政部门（残联、慈善会）、红十字会、社区、工厂、公司、非竞争性行业等的合作，灵活多变宣传医院各医疗机构，并进行项目营销。

（四）响应政府“天堂”、“和谐”、“健康”等号召，加强构建政企合作、健康合作。

（五）按照客服部职能，在做好外部营销拓展的同时，加强对各医院客服工作的监管，配合医院不断提升客服内涵，提高来院客户满意度。

（一）部门职能

1、部门职能定位

1) 市场调研；

2) 市场战略规划及市场策略制订；

- 3) 活动及事件营销策划;
- 4) 在医院配合下开展社区
- 5) 参与医院经营、广告会议;

(二)、部门组织建设: 客服部组织架构, 人员充实到位。

1、组架构图

2、职责分配:

医院客服部职责:

- 1) 负责参与医院客服工作模式规划;
- 2) 负责指导医院客服工作开展;
- 3) 负责客服中心外勤营销人员培训;
- 4) 负责参与由医院主导的事件营销策划;
- 5) 负责建立医院客服中心的考核标准;
- 6) 负责组织人员完成医院客户满意度调查;

医院客服中心

- 1) 体检及营销组: 负责市场调研、事件营销、地面营销、社区营销;
- 2) 对内: 负责客户满意度调查、俱乐部vip会员管理、客户信息管理、咨询管理;
- 2) 负责建立健全客服部规章制度;

3) 参与医院经营、广告会议;

4) 主导事件及活动策划;

5) 负责统筹客服咳嗽进嚶? 导医12导医组

1) 对于来院客户在接受服务过程中, 有需要帮助的, 及时提供帮助, 特殊客户需陪同检查治疗的要予以陪同(包括代客人计价、交费、取药, 护送各类检查、治疗等工作)。

2) 导医组协助客户分发各种检查、检查单, 协助办理各种诊断证明书。客服专员2客服组

1) 负责客服行政文档管理; 负责协调一般性事务工作; 负责客服部资讯统计;

2) 建立医院客户关系管理系统, 主要分为住院客户系统、健康体检客户系统、团体单位客户系统, 开展对客户来源的分析, 对客户意见进行研究, 对团体单位客户建立定期访问制度。

3) 组织全员电话回访、定期访问。客服专员5咨询组

1) 咨询员形象是医院的代表, 咨询科接听的每一个电话, 都是医院投入广告资金带来的意向顾客, 以良好的服务态度认真接听并解说好每一个咨询电话, 正确引导意向顾客来院就诊, 是咨询科每一个工作者的首要职责。

2) 熟悉各科室的功能和所开展的医疗技术项目; 熟悉各科专家的专长、出诊时间及专科出诊时间; 掌握各科常见病的分诊和防治知识; 了解常做的检验报告的数值和临床意义; 与各科室做好沟通, 密切配合。

3) 深入各个临床和医技科室以及其他相关部门; 收集各种医

疗技术与服务信息，为客户提供更优质的咨询和导医服务。

4) 负责医院广告统计。健康顾问12体检及

营销组

1) 负责社区营销开发；

2) 负责小型健康咨询、义诊、健教的实验；

3) 负责实施市场调研、满意度调查；

4) 负责项目合作开发；

5) 负责体检工作开展；

6) 负责医疗机构业务合作开发；服务规范

1) 树立“以客户为中心”的服务理念，积极、主动、热情地为顾客提供人性化、个性化、优质化的商品质服务。

2) 中心所有客户服务人员都要统一着职业装、佩带胸卡和淡妆上岗，做到仪表端庄，整洁大方，以饱满的精神接待每一位就医顾客及其家属。

3) 使用文明礼貌用语，做到就医顾客来有迎声、问有答声、走有送声。执行首问负责制，耐心解答、主动关心顾客需要，为顾客排忧解难。

4) 认真接听各种来电，以抖擞的精神应对各种来电。

5) 自觉遵守医德规范，劳动纪律，医院各项规章制度。

(三) 制度建设：

- 1、明确进一步理顺顾客服务部与医院的工作流程，取得医院全力配合；
- 2、制订客服部工作流程、规章制度、团队文化；
- 3、建立健全激励机制，实行区域管理、专人专职。实行问责制，目标到人，责任到人。

（一）定期、规范开展市场调研：

1、调研内容：

- 1) 竞争医院主要的营销策略调研并提交调研报告，每季度1次；
- 2) 医院主要竞争对于部分医疗价格调研，并提交调研报告每季度1次；
- 3) 根据医院需求进行的专项调查，并提交调研报告。

会务工作计划个人篇七

坚持每天早上8点起床，9点准时上线。有句话说的好：一日之际在于晨。早起的鸟儿有虫吃。早上一定要给自己准备一份营养又可口的早餐，身体是革命的本钱，不要为了淘宝夜以继日而伤害自己的身体。

吃过后可以坚持做十分钟的锻炼，为淘宝做持久之战而巩固。因为做网店客服每天跟上班要同等对待，不能说早上生意不怎么好就可以晚一点起来，这样久而久之就会养成一个贪睡的习惯。以后就算有单你也不想起来了。做淘宝最缺的是什么，最需要的是什么，你知道吗？就是时间。

至少每天花一个半的时候去淘宝社区看看，学习学习，交流

交流心得，用心回复淘友的帖子，学习人家精华帖是怎么样写出来的，参考参考，社区内有什么活动一定要马上报名参加，人气始终是你店铺火爆的主要推手，这人啊，只要一出名，那就不一样啦！什么好事都会找上你的。。呵呵！

最好每天能坚持至少一篇原创帖。不要多，但一定要精。你的帖子质量不行，不是你的错而毕竟精华帖名额有限，这次没有选上你，只要你用心了，坚持写，下一次一定会轮到你！精华帖带来的流量是数以万计的，一旦你的帖子加精，你的店铺要火爆好些天，长期以此，下个百万富翁就是你啦。

这就是上一帖提到的广撒网原则。客户不是等上门的，要主去寻找，而且要有针对性去找，这一点前面有详细讲述，就不再重复。淘宝打听也是一个必去的地方，哪里有很多人在求购东西，如果有求购你经营的相关产品哪就知道该怎么做啦！

谷歌都去宣传，让你的广告遍地开花，时间长了效果也是相当明显的，而且这是一次投入终生享用，这将为你以后的生意打下坚实的基础！

那么多的帮派、群，有时候自己看上去都觉得眼花，不管怎样多加没坏处，你的帮派加多了。活动范围也变大了。宣传自然更到位。

会务工作计划个人篇八

总结上半年的服务工作，为了更好的开展好下半年的客服工作，根据《客服工作手册》及公司相关规定，制定下半年计划如下：

一、指导思想

以公司下发的《xxxx文件》为指导，以“提高服务质量”为宗

旨，以“客户满意度为标准”。

二、工作目标

- 1、搞好员工岗前培训，端正服务态度，提高员工业务水平。主要开展普通话培训，微笑服务培训，文明用语培训。
- 2、深入开展客户满意度调查，通过信访、回访等方式展开调查，对发现的问题作出相应整改，努力提高服务质量。
- 3、开设“党员先锋模范岗”，发挥党员先锋模范作用，以此牵引提高服务质量。

三、要求

- 1、全体员工必须严格按工司要求，努力学习，提高工作标准，增进业务水平，切实把下半年客服工作推进到一个新台阶。
- 2、每名员工要制定出自己下半年个人工作计划，工作计划标准要高，要切实可行，并认真落实。

工作：

1. 按质按量完成公司给予的任务
2. 熟悉电子商务的业务以及后台中进出货, 支付款项的流程
3. 作好测试逐步转管理的铺垫, 多多积累工作的问题, 多多学习如何进行项目的控制管理

生活：

1. 打理好自己的小屋, 自己的屋子, 应该多多布置下
2. 养成锻炼的好习惯, 多参加公司的活动

学习：

1. 新概念英语的学习, 争取今年在英语上有个更好的突破

会务工作计划个人篇九

在充实的工作中，一年的时间不过转瞬。在一年的工作结束后，我们好好的`庆祝了这一年所收获的成绩。作为客服，我非常清楚我们xxx的员工们在这一年来做出了多少的努力。在之后，我也反思了自己这一年来的工作，尽管有很多的不足，尽管也有很多次受到领导的批评，但是这些都成了我完成这一年工作的动力！

过去的一年里，我不断的前进和成长，现在在这全新的20xx年中，我也会努力的提高自己，让自己成为一名优秀的客服。为此，我对20xx年做计划如下：

作为服务人员，努力的提升自己的服务质量是必不可少的功课。在新一年的工作中，我不仅仅要对自己的服务进行提升，更要提升自己思想水平。

首先在思想方面，我要紧贴公司的服务理念，考虑到业主的情况，为业主带来最及时最人性化的服务。并且在工作中我也要不断的累积经验，不断的改进自己的工作思想和方法，但是对于核心的思想，要不断的通过反省来稳固。

其次，还有尬方面的改进。作为客服人员，加强服务礼仪的学习是必须的。作为xxx物业的客服，我必须在业主面前时刻保持优良状态，不仅仅是尽快的解决业主的问题，当然这也很重要，还要努力的在工作中给业主带来缓解情绪的作用。

作为一名员工对自己的管理和要求是非常重要的，为了能让自己能更好的完成工作，我也必须要改进自己对待工作的态度，增加自己在工作中的责任感，更严谨的去面对工作，面

对业主。不作出自己不能保证的回复，多从业主的角度去考虑问题，让业主能有更加舒适的服务体验。

通过上次的总结，我认识到自己还工作中残留着许多的个人习惯，这些不仅仅影响了我的工作质量，更对我们xxx物业也是一种不好的影响。作为客服，我就要成为一个优秀的客服，面对这样的错误，我必须严格的去改正。此外，在今后的工作中，我也会多多的反省自己，总结自己，了解自己的工作，提升自己的个人能力。

时间很快就会过去，我要抓紧时间去提升自己，以便在工作中能发挥出更加优秀的状态，为业主们带来良好的服务。为了xxx物业，也是为了我自己，我必须努力的挑战自己！

会务工作计划个人篇十

辞旧迎新的日子里，新的一年即将来临，在总结20xx年工作的同时，对20xx年制定一个新的工作计划。

20xx年是公司的.深化年，在这一年里我们要将客户服务部的每一项工作都做一个提升，微笑服务、服务第一、一切围绕和谐服务，按公司的物业管理运作规范—服务篇的要求规范操作。。

1. 按照《客服服务管理规程》将每月的工作计划及完成情况报告项目经理。
2. 对客服服务的现场状态与服务质量负责，并协调配合其他服务条线的工作，坚持每日按服务篇的要求对现场进行检查，针对不合格的地方进行整改和现场带教，并将检查结果记录在《客服服务管理记录表》上。
3. 按照日常服务的接待工作要求，对业主报修的落实及报修后的回访，以及业户投诉的回访并做好记录，达到100%的回

访率。

4. 根据公司《账目公示管理规程》、《信息公示管理规程》结合小区的实际情况，对业户作出各种温馨告示，通知等公示信息，重大告示拍照并做好留档记录。

(1) 第一季度张贴20xx年下半年的费用收支表和维修资金使用情况。

(2) 第三季度张贴20xx年上半年的费用收支表和维修资金使用情况表。

5. 按服务篇的要求有计划的主动与业主进行沟通，管理处每月完成10%的与业主面对面沟通，全年完成100%沟通率。

6. 3月-5月覆盖率为100%的满意度测评（891户），听取业主的意见、需求与建议。9月商铺100%满意度测评。

7. 按公司对管理处年度的工作目标做好物业管理费收缴、催缴工作，每季度发放物管费交款通知单。对收费财务数据的核对工作，严格把好各种票据的关。

(1) 为提高业户缴纳物管费的积极性，管理处开展第一季度开展凡交满一年管理费的业户赠送一份保险及赠送一盆鲜花活动。

(2) 针对第二季度缴费淡季及上半年经济指标的考核情况，着重进行历年款清款和当年款收缴工作。

(3) 第三/四季度加大管理费收缴力度, 争取完成公司对管理处所要求经济指标。

8. 带教接待、文员对项目管理处档案管理工作，业主档案资料的收集建档，更新、管理和保密工作。

9. 按照公司对二次装修资料及巡查记录的要求严格检查和把关。

10. 每月对客服部所有工作表单的归类、整理、装订及归档。

xx□完成项目经理交办的其他任务，社区活动工作的配合。

xx□按照公司操作规范要求每月对员工进行培训。

13、积极与社区、开发商沟通做好桥梁工作，为签下本项目不断努力。

客服部：徐蓉芳

20xx.10.31