

最新售后工作汇报 售后部的季度工作总结报告(实用5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

售后工作汇报篇一

不管从事什么工作，树立全局意识是首要的问题，安装服务也不例外。我认为售后服务工作的全局就是，“树立公司形象，使客户对公司产品的满意度和忠诚度最大化。”最大限度的保护客户的利益，是提高我们产品的核心竞争力的一个重要组成部分。做好售后服务工作，同时也为了及时反馈产品从出厂至使用过程中出现的不良情况，以便作出及时改进，使产品更好的满足顾客的使用要求。

二、精于专业技能，勤于钻研产品技术。

随着客户要求的不断提高，公司产品的不断更新，作为一个安装工，要在现场勤于观察、独立思考、多与同事交流，同时也在向领导申请给我们一个培训的机会，让我们不断提高服务技术水平。

三、善于沟通交流，强于协助协调

问题，而往往不是如客户反映的质量不行，所以这个时候就需要我们找出症结所在，和客户进行交流，规范操作，从而避免对产品的不信任乃至对公司形象的损害。

四、加强商场与售后的及时沟通。

很多时候产生的问题往往原因不在顾客身上而在我们自己身

上，前期销售人员对顾客大包大揽，真正去解决还是售后。前方动动嘴，后方累死人。这无端的增加工作量影响我们工作无法正常开展。

五、全民皆兵，售后也是业务员。

向客户推广公司的产品，不仅是业务人员的职责，也是包括技术人员在内的每一个员工的职责，技术人员应更善于从技术的角度协助业务人员向客户介绍和推广本企业的产品，发挥好桥梁的作用。

在公司领导提出明年销量提升30%的任务要求下，特别是在整个东营市场油烟机各品牌混战的大背景下，售后服务工作也需要有新的工作思路。假如说老板电器需要两只脚才能使销量提升稳步前行，那么一只脚是加大产品宣传力度，另一只脚则是完善的售后服务。希望领导加大对售后的支持力度。我们也会一如既往的全身心为老板电器呕心沥血！

售后工作汇报篇二

在公司售后服务部工作已经有了一年多了，在这一年多的工作中，我以“客户至上”为理念，“实现客户满意度”最大化服务的目标，以“服从领导、团结同事、认真学习、扎实工作”为准则，认真完成了领导安排的任务，自身的水平和工作能力也得到了提高。现将一年多的工作情况、心得体会以及以后的努力方向汇报如下：

作为一名售后服务人员，每天的工作极其琐碎，日常事务、文件、传真、电话的接收，门市顾客咨询、接待处理，并将接到的客户业务咨询电话及时传达给各区域负责的业务员。这些工作都很不起眼，却也是继销售的一个重要的延续工作，所以电话也是很多的，每一次客户来电咨询时尽全力为客户解决问题。

接触售后工作一年多了，对这一行有了更深的了解，说实话售后服务的的确是个挺受气的职业，但也是个很锻炼人的职业，客户反馈产品故障信息. 问题这看起来简单，做起来就不是那么回事了。

保持好一个良好的心态，认真仔细聆听每位客户抱怨产品质量不行、测试偏高、偏低等诸多问题，作为售后服务人员在听取客户反映产品质量的信息，就要有较强的专业技术知识，具备良好的沟通交流能力和客户进行交流，分析原因所在，并不都如客户反映的质量不行，客户往往有很多都是操作不当的情况引起的，用户对于产品哪一个环节操作不熟悉，没有按指导的方式去操作等，根据具体情况在次指导客户如何操作和注意细节，避免重复犯类似的错误，找出了症结所在，提高客户维护应用产品的水平，从而避免对产品的不信任乃至对企业形象的损害。

在公司领导及同事的配合下，整理、建立、健全完善了各个地区的终端销售地点. 电话，方便了用户能在自己所属较近地方购买产品的需求。也提高了代理商对**公司的忠诚度，定期回访客户对产品使用情况！出现的问题给与及时的解释和回复处理。也将用户反应的情况及时让业务员与客户沟通完善。认真完成领导安排其他工作任务。

在今年的售后回访的过程中，我深深地体会到：在市场竞争激烈的今天，随着消费者意识的提高和消费观念的变化，消费者在选购产品时，不仅注意产品实体本身，在同类产品的质量 and 性能相似的情况下，更加重视产品的售后服务。因此，企业在提供价廉物美的产品的同时，向消费者提供完善的售后服务，已成为现代企业市场竞争的新焦点。

在这一年多的工作中接触到了许多新事物、产生了许多新问题，也学习到了许多新知识、新经验，使自己在思想认识和工作能力上有了新的提高和进一步的完善。在今后的的工作中，我将发扬优点，克服不足，脚踏实地，尽职尽责地把工作做

得更好。

售后工作汇报篇三

20××年9月21日是我来到西门子工作以来第一次出差，当我接到通知的时候感觉很兴奋，毕竟刚参加工作，能有这样锻炼的机会是十分值得珍惜的！22日凌晨2点40左右到达了目的地敦化并接到了那里的业务孙红光的热情款待！在这次的支援当中我感受颇多，在这短短的几天中我结识了很多新的朋友，包括那里的商场领导，感觉都是那么的和蔼。

我觉得干销售工作第一要选好品牌，因为产品的质量和知名度是决定产品销量的前提，还有就是销售人员要对自己有信心，对自己介绍的产品有信心，说话要有底气，这样顾客才会对你所介绍的产品产生购买的欲望，介绍产品的声音需要洪亮有穿透力，因为这样可以使一些持观望态度的顾客走进了解并产生购买心理，还能够使在其他品牌的顾客也能听到一些对比方法，这些也是大大提高销售数量的一个方式！

在这几天的工作中我发现很多顾客都是冲着品牌而购物，真正注重的这个品牌知名度，比如在敦化老百姓的心目中松下这个品牌知名度非常高，这也是我们西门子在那里最大的竞争对手，那么如何将西门子这个世界大品牌在最短的时间内让老百姓接受并主动购买呢？我总结出了几点：第一要有一定的声势，将顾客的眼球吸引住，我知道西门子家电世界排名第一的这个荣誉是最能将顾客吸引的一个因素，第二就是靠我们的产品质量来打动顾客，这就需要我们促销员来耐心细致讲解，比如说演示将钢化玻璃板摔在地上，还有踩抽屉等，这些都是第一次尝试来做，这样才会让顾客亲眼看到西门子的产品质量是如此的过关，当然有的品牌在销售过程中也有踩抽屉的举动，可是同样都是踩，但是踩的人的体重是不一样的，也就是说它的承重能力是和西门子比不了的！第三就是要了解其他的品牌有什么优势，有什么弱点，我始终相信任何一个品牌都有它的长处和弱点，于是我利用晚上的

时间迅速而细致的研究了一下松下这个品牌的*能，从中也发现了一些可以作为对比销售的一面，例如松下的制冷板是压花铝板的{低端机}，还有他的制冷板下面的制冷管是铝管的而且只有四到六根，最重要的就是它的保温壁很薄，机器最下面的加强制冷管的位置在它的后面而不是下面，这样一来虽然降低了它压缩机的启动次数但是它的冷冻速度大大降低了，还有就是它的高端机都是风冷的，很容易将食物吹干，现在的人们已经不再满足于无能吃就行了，追求的是事物的营养和新鲜，还有就是考虑电器的耗电量、噪音等问题，风冷的*箱噪音非常的大而且耗电量很高，在有就是松下往往都是强调大容量、无霜*箱，可是我发现他的容量虽然大，那是因为它的保温壁很薄，之所以无霜是因为它是风冷的*箱，很多顾客对这些知之甚少，所以在销售中我总是向顾客强调这些，因为这些都是松下的弱点，这些也正是我向顾客介绍西门子产品时候所做的一些对比材料。以前只是听别人讲，但从来就没有机会亲自研究过其他的品牌，这次有机会真的是受益非浅。

还有就是我发现每个地方的人群都有不同的消费理念，比如敦化人就喜欢那种抽奖还有就是对于赠品这方面很是关心，因为在销售过程中很多顾客感觉不是买产品，而是强调赠品是否有用，多多益善！很多时候都是因为销售人员和顾客关于赠品的问题不能达成一致而不能成功销售。在这次敦百店庆期间，商场给了我们很大的支持，在赠品上给了很多优惠的措施，使我们和松下在赠品上缩小差距。还有就是关于抽奖，商场的抽奖活动是每天晚上7点进行，每到那个时候外面的人挤得是水泄不通，还有就是松下也搞了一次抽奖效果也非常的理想！这就让我想起在长春搞抽奖活动的时候感觉人并不是很多，很多顾客对于抽奖不屑一顾！这样的反差是很大的。所以面对不同的消费群体要有不同的销售方式和手段！

还有我在这次支援中充当了一次厂家人员到顾客家去处理售后问题，我发现我对产品的一些细节问题还不够了解，例如那位顾客家的门密封胶条已经按的很紧了，可是在使用过程中

依然存在冷冻室的抽屉表面结*现象，但是里面食物的冷冻情况还依然正常。后来我听*人员说很有可能因为箱体的保温不是很好，最后有*人员出面很好地解决了这个问题！看着每天销售出去的产品心里真的很高兴，虽然*苦但是却乐在其中！在忙碌中很快的度过了短暂的6天敦百店庆，当最后一天工作结束的时候孙哥告诉我们这几天的销售情况，松下88台，西门子六天的时间里销售出去80台电器，虽然不多，但是总算回去也有个交代。总算是*不枉此行啊！就这样我们踏上了回家的列车。在这几天过程中我学到了很多，弥补了自己很多的空白，相信这次敦化之行对我今后的工作会有很大帮助！

一、时间问题

（一）送货时间

1、导购要跟顾客解释送货流程，合理预约送货时间段，告知顾客送货师傅上门前会提前通知顾客，必须保*登记的电话畅通，切不可预约某个具体时间，遇到顾客需要加急与顾客预约了送货时间应第一时间通知各自柜长告知仓库物流配合，并告知售后协助做好追踪。（导购应清楚是否有库存，是从哪个库房发货，熟记物流送货时间）

2、送货师傅在出库前会确认顾客电话号码、顾客是否可以在家收货以及询问顾客具体家庭地址，在通话中要向顾客反馈到货时间段，不可要求顾客自接到电话时就在家中等候送货，合理的说明送货时间段，最好在送完上一家下一家为该顾客时打电话通知顾客收货。

（二）安装时间

1、（顾客购买的电器需要安装）（大家电）/（小家电与大家电绑定送货）导购应向顾客说明送货与安装是分开的。告知货到家后可电话通知售后报各品牌售后安装，并解释安装由各品牌售后受理，所以上门安装与报安装会有一些的时间差，

所以具体上门安装时间华星这边也不能确定，但安装师傅上门前会电话联系顾客预约安装时间段。若遇顾客加急安装可在电器售出后告知售后预约安装，从而减少到货与安装中的时间差。

2、仓库尽可能的抽时间在派车送货出库后电话批量向售后报安装，售后可批量向品牌售后预约安装，提高各方效率。

ps关于品牌售后师傅上门) 导购应向顾客说明品牌售后维修站是五点半下班，而且师傅上门有个排单、派单的过程，从而导致下午晚上的单被安排到第二天安排。

二、收费问题

1、电视机架子钱

2、远程安装费

3、加管加配件

安装师傅不负责顾客家中的走电问题。

三、物流问题

送货师傅在搬运过程中注意细节，杜绝因搬运过失造成的破损机，杜绝发错货的情况。提高个人素质，不可对顾客表现出抱怨不满等负面情绪，变相收取费用等。提高送货效率，真实向顾客反映配送状态，不可过分积压派车单。

售后工作汇报篇四

2021年对于本人来说是意义非同寻常的一年，抉择的一年。究其原因体现在两个方面，一是告别了熟悉而又充满感情的家乡工作，难舍之情溢于言表；二是来到了公司工作，一个

和谐团结的岳池团队，这个更加充满激情与挑战的新工作岗位将成为我今后一段时间的工作平台。

2个月来，觉得自己是非常幸运的，得到这么多领导和同事的帮助。特别是领导能够很好的体谅我们售后的情况，切合实际的安排，减少我们不必要的压力使得工作心情能够平稳舒畅，部门同事好比一家人，在工作上我们相互协作、相互配合、取长补短，目的很简单，就是为了技术得以提高，更好的服务客户，解决棘手的问题，维护公司的形象。回顾2021年，本人从以下几个方面将个人工作总结报告呈现如下：

回首2021年的家乡的工作，兴奋与激动的同时，大城市的机遇和挑战给了自己人生未来的很多考虑与思索。此时此刻更多的是难舍，在去与留的抉择面前，自己考虑了很久，留在家乡可以继续以往的工作，做一名小小的店长，办公室安逸和清闲的工作，同时可以很好的照顾家里的父母；离开家乡，一个新的工作环境，很多事情都是未知。当时，想到了《谁动了我的奶酪》里面的故事，人生只有勇于尝试改变和突破才会更加精彩。因此，我选择了到公司接受更多的磨练。

从家乡工作，来到了大公司售后服务部工作，但是工作的对象，方法确是大有不同。在刚开始的那段时间的确不太适应，但通过领导和帮助与引导，透过同事的关心与照顾，这种不适应的心理很快就消失了。但与心理上较快适应相比，工作方式和方法的适应相对慢一些。像以前的工作，很多事情都很固定和轻松，在工作程序和方法上都比较简单，但是现在要处理的现场实际问题，很多时候不仅棘手而且客户的不满情绪也给工作的顺利进行也带来了一些不利的影晌。对于过程和方法是否得当考虑的不够周到与全面也要做充分的考虑和记录，通过时间和现场经验的积累来提高自己的处理问题的能力。在现场问题上也要和客户做充分有效的沟通，防止不愉快的事情发生，使得现场问题能够及时处理的同时，也能维护好客户关系。

新的工作岗位和角色，给予我了很多挑战，同时每一次接待售后的客户都给予我了一次学习和提升自我的机遇。

每个现场处理完成以后，我都养成了好的习惯，把每次的工作过程记录下路和现场的调试过程及其问题的处理过程，这样自己的水平提升的很快。技术本身就是一个漫长的积累过程，同时也要不断的学习先进的新技术来武装自己的头脑。由于工作性质的需要，养成良好的个人工作记录习惯，通过漫长的时间积累将来会成为一笔可观的财富。通过近2个月的工作和积累，公司的售后都可以独立处理了，这里面有很多是公司培养促使自己可以尽早的独立，并产生经济效益。

售后工作汇报篇五

知识培训会讲稿

2015年4月 大家好：

今天来参加会议的既有工商执法干部，还有从事家电维修及维修行业的朋友，另外还有从事社区消费维权工作的社区公益岗位的同志。今天把大家请来，主要一起学习一下有关家电维修服务及维修行业法律法规知识，其目的就是通过交流使经营者不断树立诚信意识，提高自律能力，促进我市家电维修服务及维修行业的健康发展；同时呢，也使社区公益岗位的同志了解国家相关法律法规规定，在日常工作承担社会责任，实现有效监督。下面我想分三个方面与大家进行交流：

随着经济的发展，生活水平的提高，彩电、冰箱、洗衣机、空调等各式家用电器不断涌入寻常百姓家庭（据不完全统计，目前我国家电的保有量已超100亿），家电维修服务市场迎来巨大商机。但是，家电维修服务市场火热发展的背后却暗藏着诸如刻意逃避“三包”义务、维修费用不甚透明、忽悠欺诈现象普遍、维修资质参差不齐等问题，正成为消费者诟病的焦点所在。

我查阅了一些资料，2013年，中国消费者协会共受理消费者投诉55万件，家电在所有商品投诉量中比重达21%以上。全国大部分省市的消费者协会收到的投诉中，关于家电维修方面的投诉均占首位，可以说家电维修成为重灾区。

2014年，中消协在包括广东、江苏、重庆等的10个省市对冰箱、空调、洗衣机、彩电和热水器5类商品进行了调查，调查结果显示，消费者满意度仅在五成左右。消费者不满意的地方比较集中在家电质量和维修服务上。

2 坏了，要更换，120元一个，而且没现货，要修的话得现发货，三天后来取。我一听，这么贵，但是一想还是合适，那就修吧。三天后就去了，结果回来后用，更麻烦了，按键是好使了，但是却不密封了，因为大家都知道阿迪锅像高压锅一样，必须的密封的，我又去找那个售后，结果告诉我说锅盖密封坏了，没法修，得换整个锅盖，要230元。说实在的我当时都急了，但是没有办法。结果，我一看，算了，也不修了，直接又重新买了一个新的。像我遇到的这种“修不如买”的情况，我相信大家都遇到过。

件，其中涉及到家电维修维修的有

件，也是居榜首。

总的可归纳以下四方面突出问题：