# 售后服务顾问培训总结

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2025-03-19

*售后服务顾问培训总结五篇工作总结是对某一时间段的工作进行一次全面系统的总检查、总评价、总分析、总研究，从而分析不足，得出可供参考及改进的经验。下面是小编带来的五篇售后服务顾问培训总结，希望大家喜欢!售后服务顾问培训总结1经过一个月的服务顾问...*

售后服务顾问培训总结五篇

工作总结是对某一时间段的工作进行一次全面系统的总检查、总评价、总分析、总研究，从而分析不足，得出可供参考及改进的经验。下面是小编带来的五篇售后服务顾问培训总结，希望大家喜欢!

**售后服务顾问培训总结1**

经过一个月的服务顾问培训，服务顾问学习了三大项目—用户满意的理念与管理、处理顾客投诉、售后服务流程，使每一个员工对工作有了更深一层的了解。

一、用户满意的理念与管理

企业必须赢得客户的信任，只有建立在彼此互相信任的情况下，客户才会对你的服务满意，对你的企业、对你的品牌满意，从而达到品牌的忠诚度。 用户满意，必须做到满足客户的需求，超越客户期望值，符合市场竞争条件。顾客需求在消费意识的觉醒与市场竞争的影响下，顾客需求的变化由理性需求到感性需求及更高一层的感心需求，使我深刻体会到全方位的服务理念，并最终创造出品牌形象、售后获益及用户满意的“三赢”策略。

二、处理顾客投诉

投诉是售后服务工作中最有技巧性的难题，目前很多4S店面对这个问题都表现得很恐惧，很害怕的态度，其实有时恰恰相反，客户投诉处理得好的话，就能为企业带来转机和发展，能促进改善企业存在的缺陷。如何处理好投诉?如何能在投诉中取得“双赢”呢?这需要有一定的技巧与经验。

1、面对客户投诉，我们应当把握好机会，争取得到客户的信任，赢得客户的认同，同时展现品牌的积极形象与我们的专业形象。

2、认同客户的情感，对问题处理保持中立，先处理好心情再处理事情。

3、在认为客户放弃扩大事情的动机时，为客户提供几套处理方案供其选择，争取“双赢”。

三、售后服务流程

东风标致特约商售后服务流程的核心流程的五大价值：

1-体现出的“顾客为中心”的服务理念

2-展现品牌服务特色与战略

3-让客户充分体认有行化服务的特色，以提升客户的忠诚度

4-以标准化、统一化的作业标准，规范所有服务网点，面对可户的服务员行动

5-透过核心流程的优化作业，提升用户满意度，并提升服务效益，以及东风标致售后服务的预约、接待、维修、调度生产/质量检验、结算/交付前说明、跟踪回访整个流程的\'每个环节的重要性 。

四、服务工作手册

1、服务顾问的作业流程：

准备迎接客户 → 欢迎客户 → 询问故障判断故障 → 填写委托书 → 确认委托书 → 接收车辆维修 → 安排客户离开→车间进程控制→车辆内部交车→交车前说明→结算→送走客户→跟踪回访

2合理的维修价格和准确的时间估算，会使客户感觉到你专业、优质的服务，从而增强客户的信任。

3、接待客户车辆时，应当着客户的面装上防护件，已表示我们能其车辆的爱护，对其车辆的外观进行检查，已免交车时带来不必要的纠分。

4、服务顾问应随时与维修车间、客户保持联系，随时了解车辆的维修进度，对有变更的项目与客户进行交待，告其细节，不可自行修改以减少客户抱怨。

5、对完工车辆要做好“三检”辆外观，确认好交付时间，通知客户取车。

6、在车辆交付中做好结算，详细与客户说明维修项目及细节，哪些是收费与优惠，哪些是免费的、、、、、、让客户有种超值体验，吸引客户下次入厂。

7、对更换下来的旧件，应询问客户是否带走或由维修站处理。

通过此次的培训，对我在服务顾问这一职位上有了更新的认识，对我在以后的工作有更好的帮助，可以让我更加规范地做好服务顾问的工作，搞好综合协调，及时准确地掌握客户各方面的动态，注重调查分析，对各种情况进行分析和判断。

最后希望东风标致能够给服务顾问提供一些技术性的培训，将理念与实践结合在一起，全心全意投入到工作中，在工作中不断改善不足之处，尽自己的全力打造东风标致优质的售后服务形象，提高客户最大满意度。

**售后服务顾问培训总结2**

结合20\_\_年售后维修总体运行情况来看，售后部基本实现了年初拟定的工作计划。客户的承认是对我们工作的鼓舞，批评和建议则是工作改进的方向。为了更好地完成工作，总结经验，扬长避短现对售后服务部工作总结如下：

一、20\_\_年度售后服务部的主要工作：

20\_\_年售后部营业额：\_\_万余元。毛利：\_\_万余元，平均单车营业额：\_\_元。20\_\_年共进厂\_\_辆，其中润保\_\_辆。(具体数据，可根据部门实际情况。)

二、不足之处

售后服务部成立时间较短，新成员较多，制度不够完善，现场实践经验较为欠缺，我们必须坚持加强现场实践的力度，在实践中培养增强各种业务水平，同时要争取工作的主动性，提高责任心、专业心，加强工作效率、提高工作质量。

要树立真正的“主人翁”思想，心往一处想，劲往一处使，积极主动共同服务于公司的各项工作中。为公司更好的发展，为更好地服务服务汽车贡献自己的微薄之力。

三、20\_\_年售后服务部的工作计划

确定并重点服务忠诚客户，随着辖区保有量的增加，将服务做细、做精，提高客户满意度，减少客户流失特别是忠诚客户的流失显得由为重要。为确保我公司更好、更快、更强的发展，现将售后维修服务部工作展开计划如下：

(一)、客户管理细化

1、根据客户回厂次数、客户的品质作为客户的忠诚度的评价指标，找出我们的忠诚客户，作为我们的重点维护对象;

2、通过对流失客户回访及分析，找出客户流失的内在原因及改进措施;

3、对于我们的忠诚客户在公司举办的各种活动时优先通知，让客户受到特殊待遇，增加客户对专营店的依赖感和归属感。

(二)、续保率和预约率

入厂台次的增加导致维修高峰期时客户等待时间长和车间超负荷工作，需通过预约工作合理调配，减少客户等待时间。

(三)、资源共享、良性竞争

在客户、索赔、备件方面同其他店进行资源共享，促进良性竞争，减少客户的流失及资源浪费;形成备件、技术互动的信息平台，提高整体的战斗力;

(四)、人员培训

随着车用新技术不断应用，更新换代周期缩短及客户期望值的提高，人员素质及战斗力须相应提高一个台阶，对培训工作提出了更高的要求。为此做出如下工作计划：

1、加大培训工作的频次，分为定期和不定期的培训考核;

2、注重理论与实际工作相结合的培训，对接待注重产品基本知识和实实践操作相结合，特别是实际接待能力的考核。维修技师注重操作技能和常规故障排除能力的培训，提高员工的整体战斗力。

(五)、增加维修人员

随着保有量增加和回厂频次的增加，在加强管理提高工作效率考核人均产值的同时，适当增加维修人员数量。

(六)、团队建设

1、目标和表现形式以公平、公正、公开为原则，坚持只有团队利益最大化，才能确保个人利益最大化本售后维修组织培训及考核，营造学习氛围，提升员工服务理念及个人技能;进行职业道德、服务理念、主人翁意识培训;塑造员工服务的工作态度，注重细节问题的发掘，促使员工主动提高自身素质。2、实施手段及措施采用将所有培训及考核资料纳入员工个人档案、团队意识直接与员工个人收入挂钩、团队意识强者优先考虑外出培训、职称晋升、福利等优惠。

总的来讲，新的一年是富有挑战的一年。为努力实现公司质量目标，售后服务部已经做好了迎接挑战的准备，也有信心把服务做得更好!

**售后服务顾问培训总结3**

成为电器公司的售后服务的技术人员，以来，我努力工作，完成了全年任何。现在对一年来的工作总结如下：

1、学好本专业的技术。无论从事什么样的工作，专业技术永远是立足之本。作为售后技术这一块虽说不一定要求的技术要跟研发人员的那么高，但是最基本的也要知道。起码客户问起来你能够立马回答得出并帮助他们很好的解决问题。一开始我老是说工资怎么那么低，不过现在想起来也就释然了，就算是有一万块的月薪放在那里，你拿什么来换。出来之前还满怀信心的，但是接触几次之后就发现自己太稚嫩了，有时很想回去，但是想想又不甘心，我不能灰溜溜的回去要有所得才行。所以很感悟，学好技术是重中之重，先立足，在讲发展，可持续发展。打扎实基建，才能建得起高楼大夏。不过，这些工控自动化产品的技术要想学好也不是那么的容易，很枯燥，涉及的很广泛，还必须有一个对技术有欲望的心。特别是售后技术这块，不只是只知道本产品的，还要了解它所应用在什么方面，是什么机械，带动它的是什么系统等等。这些不可能一天能够学的会的，要想大概的知道，必须要穿越一些不为人知的黑暗，去学习、去工作、去摸索、去思考。我相信在这领域里的人才想必也是经历一些不为人知的黑暗才有今天的成就的吧。所以我什么都不是，我就是一草根，需要从新学习。

2、学会与人沟通。做我们这样子的工作，和人打交道是必不可少的事，有个良好的沟通能力可能会让你事半工倍。还有就是每次出差到现场作业时我都要有个心理准备，因为客户的心情不能确定，毕竟买了我们的产品出了故障对他造成一定的损失，随时会喷你一脸口水，所以抗压能力也要强。在这个时候只能小心谨慎的应付了，我一般只会说“请你放心，我会尽快帮你解决问题的”。还有出门在外，说话也要小心，尽量的从客户的心理出发，态度要好，绝对不能顶撞人家，人家可是我们的上帝。在与客户沟通时，对你从事的技术要求也是很高，一般在沟通时问的最多的也是技术性的问题;有时碰到一些不懂的技术问题就很纠结。如果是“嗯、啊、哦”的回答的话那就麻烦了;这样的问题最好就不要正面的去回答了，先从自己会的入手，尽量的转移到别的地方去，反正能帮他解决问题就可以了;要不然客户会对你的人产生怀疑的同时，也会对公司的形象造成损失，最要命的是他突然奔出一句来‘你到底会不会的’那样的话自尊心那就大受打击啦。所以在和人家沟通时要么不说在现场赶紧解决故障走人，要么就尽量的往自己知道的扯少跟人家在那里废话。

3、事前准备事后总结。在接到客户电话时，必须先了解最具体的情况看能否电话解决，如果要到现场去的话，那就去分析这个故障到底是什么原因造成的，然后从分析中知道大概要准备元器件，工具什么的。俗话说“成功是为有准备的人的” 。完成任务之后，最好做一下总结，把现场的情况记下来，比如：我们机器所应用在什么机械上，用到了哪些参数，输入输出的电压电流等。最后分析出出故障的原来，这个是对技术的提高比较好的方法，也是公司要求我们做的。

还有出差到现场并不没有别人所说的那么美好，一个人的旅途总是那么寂寞孤独;还要忍得住孤寂、耐得住枯燥、拆得了机床、修得了变频器、不怕脏、不怕苦、不怕累。这些都是售后技术人员的基本要求。抗得了就勇敢的抗，抗不了就放一旁;毕竟背后还有一个公司，公司里还有那么多的伙伴支持着呢!都说售后服务是一个营销的过程，也是再营销的开始，我想我会努力的去维护好公司的品牌形象为公司争取最大的利益。

**售后服务顾问培训总结4**

时间过的真快，转眼间，在温州华特别克4S店的实习已经结束了。在这一个月的时间，我学到了很多东西，不仅有工作方面的，更学到了很多做人的道理，对我来说受益非浅。做为一个刚踏入社会的年轻人来说，什么都不懂，没有任何社会经验。不过，在朋友和同事的帮助下，我很快融入了这个新的环境，这对我今后踏入新的工作岗位是非常有益的。除此以外，我还学会了如何更好地与别人沟通，如何更好地去陈述自己的观点，如何说服别人认同自己的观点。相信这些宝贵的经验会成为我今后成功的最重要的基石。实习是每一个大学毕业生必须拥有的一段经历，它使我们在实践中了解社会，让我们学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，也打开了视野，增长了见识，为我们以后更好地服务社会打下了坚实的基础。

温州华特汽车销售服务有限公司成立于二000年三月，系上海通用汽车授权温州地区首家销售服务中心与特约售后服务中心及美国通用汽车特约维修中心，是集整车销售、车辆维修、诚新二手车、配件供应和信息、认证反馈于一体的4s企业。公司将追求完美、与时俱进、不断创新、开拓未来，在竞争中求发展，不断迎难而上，以客户为中心，满足和超越客户期望，为更多更广的汽车用户提供更优质、更完善的服务!

前台的主要工作是接待客户，转接电话，收发传真，复印做好登记，人员出入也要做个大概的了解。大概的流程就是预约登记;接待环检;仔细聆听客户讲述、详细记录维修要求;监督维修过程进度;交车前的最终检查;交车时间说明;后续跟踪服务。这对车间对车辆进行保养很重要，前台对客户的服务质量直接决定了整个汽车保养的质量，，所以说前台是车辆服务的开始。

这次社会实践在前台工作我学到了很多，怎么接待客户，怎么和客户相处，什么样的客户说什么样的话，怎么为人处事，这对我们在毕业进入社会后找到合适的工作很重要，这次实践最大的收获就是知道我们以后能做什么，确了目标。

所以我要感谢很多人，谢谢谢你们，谢谢你们给我这个学习的机会，谢谢!

**售后服务顾问培训总结5**

不知不觉来到公司已经1个半月了，在这一个半月中，有过不少迷惑，也有很多解开疑惑的成就带来的喜悦。从最初对这一行业一窍不通，到现在已经基本可以独立完成，不但有自己的努力，也少不了同事的互相帮助，更多的是上级领导的培养。

目前公司将我定位为终端销售，也就是直接面对的是企业客户，这就意为着，我们所面对的市场更广阔，资源更丰富.同时要求我们面对客户更为细心和耐心，面对不同类型的顾客，作出不同的判断并与之应对，服务要更为体贴周到.比如对一些一知半解甚至一窍不通的客户，必须经历向他解释，让他明白懂得，到最终接受，这将是一个相对来说比较漫长的过程。

经过这段时间的学习，和不段尝试，让我明白，首先必须把自己的心态放好。电话销售本身是一个通过电话与人打交道的行业。人们只能通过声音认识到你，无形中增加了不信任感，并且现在的人对于电话销售本身就存在着一定的抵触，甚至厌烦。所以你必须用你的热情与真诚，来打动对方，先把对方的防备心理解除，然后把自己定位为专业人员，通过你的专业知识，让他进一步相信你，认可你，最终接受你。

对于做方案这方面，一直以来最大的问题就是客户需求把握不准确。客户说的一些，跟自己理解的总会存在着一些偏差。对于这个问题，公司领导也进行了多次辅导。慢慢地，自己也就总结了几点经验。

首先挖掘到客户意向，你要先通过网络快速对该企业做个大致了解，知道对方经营范围、公司规模和公司结构等信息，这样才不会一知不解，慌了手脚。然后把必须问的一些问题都问到。特别是培训对象，和他们所在的部门，这是最重要的。有一句话，叫牛头不对马嘴.没有搞清楚对象，就好比对一个乞丐唱高雅的外国歌剧，一个卖力演唱，一个莫名其妙。比如一个凝聚力的课程，有针对中高层的建设团队凝聚力，还有基层员工的培养凝聚力，如果不搞清楚对象，肯定做的是无用功，白白浪费自己的力气，会闹出笑话，严重的让客户失去信任，最终失去客户。

还有就是明确客户要提升哪些能力，客户所说的，你要快速记录。有些不一定是你明白的，特别是有些客户说的是针对专业的一些术语。对于这些你必须一字不差的做下记录，因为自己不懂可以通过网络搜索去了解这个涵意。因为你之前已经大致了解过对方公司的情况，所以你不能什么都不懂，这样会让对方对你的专业性存在一定的疑问。但是实在是一些太专业的名词，你也不知道字该怎么写，你可以用虚心的态度请教，相信客户也很乐意做一名谆谆教导的老师。对于客户要提升哪些能力，解决哪些问题，这个是重中之重。举个生活中的例子，比如一个顾客进水果店要买水果，售货员就会问要什么水果，顾客说苹果，售货员又会问要哪个品种的，买给谁吃，有红富士，适合年轻人吃，有蛇果，适合老年人和小孩吃。顾客说要红富士。售货员给他挑了几个又好价格又实惠的，这样客户才会买得称心如意。

客户的需求把握准确，就该给对方推荐合适的老师了。目前咱们公司的师资库已经汇集了很多国内的优秀老师。这就为我们工作提供了很多的`方便，只需要打开文件夹就可以快速找出行业、授课领域的老师。当然有些客户对老师还会提出特别要求，比如老师授课方式、授课经历、服务过的企业以及客户的预算范围。这时你在选择老师的时候就要特别注意这些情况，以便满足客户的要求。让对方对你，对老师和对公司更加信任和认可。让客户决定跟我们合作还需要不断与客户进行沟通，增进彼此的感情，让对方对你的感觉越来越好，最终突破对方防线，选择跟我们合作。所以跟客户的沟通，增进感情这一点，我们还需要不断的学习。

客户在提出培训需求的时候，往往会找好几家咨询公司来选择。这并不是冲动消费、盲目选择，所以需要我们做得比别人更出色。我们一定要先相信自己的能力，相信公司的实力，一定能让对方满意。然后我们要找出自己的优势所在，这样才能出奇制胜，一锤定音。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！