# 客服部工作总结及计划

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2025-04-22

*客服部工作总结及计划 　　总结是在某一特定时间段对学习和工作生活或其完成情况，包括取得的成绩、存在的问题及得到的经验和教训加以回顾和分析的书面材料，通过它可以正确认识以往学习和工作中的优缺点，我想我们需要写一份总结了吧。那么总结要注意有什么...*

客服部工作总结及计划

　　总结是在某一特定时间段对学习和工作生活或其完成情况，包括取得的成绩、存在的问题及得到的经验和教训加以回顾和分析的书面材料，通过它可以正确认识以往学习和工作中的优缺点，我想我们需要写一份总结了吧。那么总结要注意有什么内容呢？下面是小编为大家整理的客服部工作总结及计划，希望对大家有所帮助。

**客服部工作总结及计划1**

　　>第一部分：工作综述

　　xxxx年度已平稳度过，在日常对客服务的工作中，我部人员对客户的咨询、提出的问题和困难做到了耐心、细致解答、给予合理建议，为客户排忧解难。在接待客户投诉、报修时我部人员能够积极跟进，主动询问客户对处理过程的满意程度，为管理处提供有价值的客户意见和信息，表现出管理处员工应有的待客技能。并且，我部按照管理处“保障大厦公共设施，做好物业服务基础工作”的要求，对大厦的公共区域开展了全面的巡视检查工作，对所发现的问题给予立即转达相关部门进行整改，做到在客户之前事先发现问题、解决问题，从而为大厦客户提供了良好的办公环境。

　　在内部管理工作中，领导的帮助下，我部做到了工作职责分工明确，员工各思其职，因此工作较为顺畅，执行的力度、工作效率有所提高。我部的制度、流程、作业指导书等文件重新审核，并加以完善和健全，能够与管理处的整体目标相结合，在操作当中具有较强的指导意义。我部还组织员工学习了国家新颁布的物权法，掌握法律、法规，做到依法办事，从而打破日常工作凭经验做事的思想，行成了以制度管理、以程序办事、以规范服务的良好氛围。切实的贯彻与落实了公司与管理处的各项制度与要求。

　　>第二部分：xxxx年度部门主要工作及工作目标完成情况

　　>1、大厦收楼、入住情况

　　由于大厦投入使用已3年多，客户收楼、入住已进入相对平稳的时期，迁出与变更客户有所增加，因此20××年度我部共办理：

　　收楼12户；累计收楼121户；迁出10户；累计迁出15户；实际收楼111户：

　　收楼面积64522。92㎡；占大厦可售面积的95。90﹪；其中业主87户（将房间出租33户）面积：39872。41㎡；大厦租户20户面积：24650。51㎡；

　　配楼1户；面积：3876。91㎡；

　　入住客户累计：107户；入住面积：63035。60㎡；占大厦可售面积的93。70﹪

　　>2、日常工作及完成情况

　　本年度我部共计处理客户日常报修共计976件；已完成929件并反馈客户；另47件为客户装修改造原因，导致我处无配件或无法处理的，随后已及时通知客户自行解决。处理客户投诉共计28件，全部完成，客户反映处理情况良好。

　　我部全年大厦巡楼98人次发现并报修的问题585件，并基本处理完成。

　　本年度，我部共计向客户发放各类通知37份，约3885件。做到通知拟发及时、详尽，表述清晰、用词准确，同时积极配合通知内容做好相关解释工作。

　　除此之外，我部与其他部门密切配合，为客户办理了车位续租；电话接入；网络接入；直饮水接入；大堂和楼层电梯厅水牌制作；贴膜；工具借用；邮件分拣；报刊订阅；节日装饰；保险理赔等日常服务工作。具体数据如下：

　　办理客户装修、改造共计23户；累计办理网络接入共计54户：其中电信通20户、光环新网20户、北大方正14户；水牌制作57块：其中大堂水牌20块、楼层水牌37块；电话跳线共计437条；直饮水购买输水共计168。8吨；车位办理共计151个：其中B1固定车位54个、地面10个、B2非固定66个、B3非固定21个；保险理赔工作跟进办理完成：5起；

　　>3、收费工作的完成情况

　　本年度，收取各项费用仍旧是我部工作重点。我部发放客户缴费通知单约1310份。为此我部安排专人负责，准时发单，全员跟进，积极与客户联系催收。同时，对未按时交费的客户，组织客服助理与客户进行沟通，及时了解客户需求并反馈，根据反馈信息认真做好分析，采用电话提醒、上门询问等各种方式进行催缴工作。

　　由于大厦内有6个客户未在大厦内办公（含客户出租单元），所以我部及时告知客户收费单内容，采用发传真、邮寄等方式送到客户手中，同时预约客户缴费日期做重点跟进；另外大厦还有18个客户因财务制度的原因需提前开出发票。为保障收费率，不影响管理处的正常运营，我部员工主动协调财务部先开出发票，送到客户手中，由于发票开出后就必须及时收回费用，所以我部人员为此担负着一定的责任，并任劳任怨的完成着收费的任务，同时，还要跟进8个客户采用网上汇款形式支付，因此，我部人员还要跟踪客户汇款是否到帐，积极主动协调客户，从而完成收费工作。

　　xxxx年度收费统计表

　　收费项目 应收金额/户数 实收金额/户数 欠收金额/户数 回收率 备注

　　物业费 累计11821384。55元 9922985。87元 1898398。68元 83。94% 数据与财务有出入

　　缴费户数 累计1152户 累计1031户 累计121户 89。50%

　　由于财务统计数字还不清楚，所以上述为我部每月统计相加数据，其中补缴欠费未统计在内

　　>第三部分：管辖范围内的管理情况及部门间协作情况

　　本年度，我部在人员方面出现一些变动，经过与综合部的密切合作，目前，我部人员已全部到岗，员工的工作态度，工作技能已调整到位，在此基础上我部在内部管理工作当中重点完成了以下内容：

　　>内部管理方面：

　　1、重新制定和细化本部全体员工的工作职责

　　我部根据部门日常工作，本着为客户服务为主，发挥员工个人优势，扬长避短的原则，重新制定了员工的工作职责，并将我部各项日常工作重新进行分工。完善《客服部责任控制表》，并由每位员工签字，做到责任到人，从而较为合理的安排了员工的工作。根据该表内容督导员工执行，以确保客户服务工作的连续性，在日常工作中具有一定的指导意义。

　　2、完善我部作业指导书、退租流程

　　由于我部本年度人员发生一些变化，为使新员工更好的熟悉环境，及时掌握工作流程，尽快进入工作角色，同时随着客户退租、换租的增加，我部重新完善作业指导书及客户退租流程，明确了所需的资料、流程及工作要求。在我部日常工作中，每位员工均能熟炼的运用，使我部工作更规范，更准确。并为将来的新员工入职做好上岗进入角色的准备。

　　3、重新分配客户

　　本年度，伴随客户迁入、迁出的频繁增加，加大了我部对客协调工作的难度，为了有续和顺畅的提供客户服务，我部根据客户情况进行了客户分配，基本原则是按整层客户和客户大致数量进行划分，每一位客服助理专人负责所辖客户所有事项处理、跟进、反馈，简化沟通、协调环节，改善经办人或经手人过多的不利因素，加快处理时间，明确责任，而且处理速度和程序执行得到有效提高，从而工作效率和服务的水平也得到客户的好评。另外，通过这一安排，不但使员工的责任心得到加强，员工更了解客户的基本设施、设备，并与客户进行了良好的互动，客户也感觉和愿意凡事找一个客服人员就能够得到处理。同时，根据楼层分配的情况，在日常的巡楼工作当中亦能责任分明，检查的细致程度也得到提高，更重要的一点是提高员工的素质，为每一位客服助理提高服务技巧与工作技能积累宝贵的经验。

　　本年度，我部在做好内部管理工作的同时与其他部门开展了全面的横向协作与沟通，我部作为管理处对客服务的窗口，需要与公司、管理处各部门的通力配合才能完成服务工作，因此我部每一位员工很清楚这一点，在与相关部门配合当中，我部员工首先做到态度诚恳，积极跟进催促，注意言行；在处理紧急事件时，一定要不急、不燥，意见表达明确，从而有效提高了部门间的配合与协调效率。

　　>对客服务方面

　　1、 开展大厦公共区域巡楼检查工作

　　本年度我部全面开展定期或不定期的大厦巡视检查工作，并为此制订了详细的巡察制度、报修程序、及检查完成跟进的工作要求，做到发现问题、及时处理、全程跟进，在客户提出问题之前将问题解决。不但让员工深入了解大厦设施、设备，培养员工“善于发现问题、解决问题”的良好意识，同时，为相关部门的工作打好基础，为提高服务质量创造了条件。巡视当中加强对客户的回访，掌握客户现有的问题、意见与建议。为我部下一步的协调处理提供了依据。

　　2、客户报修、投诉处理完成后，进行客户回访工作

　　客户报修、投诉的处理和解决是我部日常工作的重要一环，为更好的掌握客户信息，了解客户对我处工作的满意程度，提高工作效率，我部针对每一个客户的投诉、报修都采用了上门或电话方式进行了回访，询问客户投报人对我处接报后员工的服务态度、解决时间、处理情况，以及工作效率是否满意，还有哪些要求等事项，及时通报相关部门有关信息，有则改之，无则加冕，使对客服务工作得已有效提高。

　　3、了解客户需求、完成客户分析工作

　　客户服务还有一个方面是建立良好的客户关系，全盘了解客户的需求，随时掌握客户的动态，了解客户想要什么，目前有哪些意见，我们可以做什么。另外，我部完成对客户进行的分析工作，编制客户分析表，对客户缴费、与我部沟通、投诉情况三方面进行细致分析，做到这个客户应如何对待；那个客户如何协调心中有数，知己知彼，为日常服务工作打下坚实的基础。

　　>本年度，虽然我部取得一些成绩，但在工作中还存在着以下不足：

　　1、 我部的档案整理、存档工作还有欠缺，档案管理分置不够细致、完善，目前，我部按照责任制度对档案进行分管备存容易造成混乱。没有做到科学、统一、及与公司一致的原则。由于档案管理是我部服务工作开展和完善的重要环节。对此，我部将进行全面、细致的整理工作，把一个客户的所有资料统一放置于一个档案内以便于查找，并由专人负责归档。

　　2、 我部向上级汇报工作不及时、有些问题未汇报，导致领导不清楚、无法做出有效的指导。这种工作方式极为错误。严重影响到管理处的正常工作。在此，我部及本人需加强汇报意识，坚决改正这一不良的工作方式。

　　3、 我部对所管辖的外协单位管理还不到位，尤其是外协单位画面小样的索取与审核工作没有要求，管理失控，虽然没有造成客户影响，但存在着宣传方面的隐患。对此，我部联系所有涉及画面更换的外协单位，要求画面更换前提供小样交领导审核，符合要求后在进行更换，达到管理控制的目的。

　　>第四部分：20××年度的初步工作计划及总体工作目标

　　随着公司的脚步迈入新的一年，管理处总体的工作目标已由打好基础转变到完善制度，深入发展的阶段，我部的工作也必须更上一个台阶，同时，针对本年度工作中的不足积极改进，提高服务的前瞻性与及时汇报工作的意识，并且加大收费力度完成公司下达的收费指标，完善档案管理并将对客服务工作做深、做细。我部要严格按照物业公司的规章、制度办事，鼓励员工提高工作热情，积极配合、协调公司及管理处各部门的各项工作，发挥我部在管理处中应起的作用。

　　>第五部分：20××年度个人/部门提升计划

　　为使客服部成为紧张、团结、活泼的集体，本人应在管理处制度的执行上更加严格，在承担工作的责任方面要大胆一些，勇于承担责任。多了解和关注国家的物权法规，随时掌握第一手的资料进行培训，全面提升我部员工的素质与服务水平。

**客服部工作总结及计划2**

　　忙碌的20xx年即将过去。回首客务部一年来的工作，感慨颇深。这一年来客服部在公司各级领导的关心和支持下、在客服部全体人员的积极努力配合下、在发现、解决、总结中逐渐成熟，并且取得了一定的成绩。

　　>一、提高服务质量，规范前台服务。

　　自XX年我部门提出“首问负责制”的工作方针后，20xx年是全面落实该方针的一年。在日常工作中无论遇到任何问题，我们都能作到各项工作不推诿，负责到底。不管是否属于本岗位的事宜都要跟踪落实，保证公司各项工作的连惯性，使工作在一个良性的状态下进行，大大提高了我们的工作效率和服务质量。根据记录统计，今年前台的电话接听量达26000余次，接待报修10300余次，其中接待业主日常报修7000余次，公共报修3300余次;日平均电话接听量高达70余次，日平均接待来访30余次，回访平均每日20余次。

　　在“首问负责制”方针落实的同时，我们在7月份对前台进行培训。主要针对《前台服务规范》、《前台服务规范用语》、《仪态礼仪》、《谈吐礼仪》、《送客礼仪》、《接听礼仪》、〈举止行为〉、〈前台办理业务规范用语〉等进行培训。培训后还进行了笔试和日检查的形式进行考核，而且每周在前台提出一个服务口号，如“微笑、问候、规范”等。我们根据平时成绩到月底进行奖惩，使前台的服务有了较大的提高，得到了广大业主的认可。

　　>二、规范服务流程，物业管理走向专业化。

　　随着新《物业管理条例》的颁布和实施，以及其它相关法律、法规的日益健全，人们对物业公司的要求也越来越高。物业管理已不再满足于走在边缘的现状，而是朝着专业化、程序化和规范化的方向迈进。在对园区的日常管理中，我们严格控制、加强巡视，发现园区内违章的操作和装修，我们从管理服务角度出发，善意劝导，及时制止，并且同公司的法律顾问多沟通，制定了相应的整改措施，如私搭乱建小阁楼、安外置阳台罩的，一经发现我们马上下整改通知书，责令其立即整改。

　　>三、改变职能、建立提成制。

　　以往客服部对收费工作不够重视，没设专职收费人员，由楼宇管理员兼职收费，而且只在周六、日才收，造成楼宇管理员把巡视放在第一位，收费放在第二位，这样楼宇管理员没有压力，收多收少都一样，甚至收与不收一个样，严重影响了收费率。所以，从本年度第二季度开始我们开始改革，取消楼宇管理员，设立专职收费员，将工资与收费率直接挂钩，建立激励机制，将不适应改革的楼宇管理员辞退。招聘专职收费员，通过改革证明是有效的。一期收费率从55%提高到58%;二期从60%提升到70%;三期从30%提升到40%。

　　>四、加强培训、提高业务水平

　　物业管理行业是一个法制不健全的行业，而且涉及范围广，专业知识对于搞物业管理者来说很重要。但物业管理理论尚不成熟，实践中缺乏经验。市场环境逐步形成，步入正轨还需一段很长的时间。这些客观条件都决定了我们从业人员需不断地学习，学习该行业的法律法规及动态，对于搞好我们的工作是很有益处的。

　　客服部是与业主打交道最直接最频繁的部门，员工的素质高低代表着企业的形象，所以我们一直不断地搞好员工培训、提高我们的整体服务水平，我们培训的主要内容有：

　　(一)搞好礼仪培训、规范仪容仪表

　　良好的形象给人以赏心悦悦目的感觉，物业管理首先是一个服务行业，接待业主来访，我们做到热情周到、微笑服务、态度和蔼、这样即使业主带着情绪来，我们的周到服务也会让其消减一些，以使我们解决业主的问题这方面，陈经理专门给全部门员工做专业性的培训，完全是酒店式服务规范来要求员工。如前台接电话人员，必须在铃响三声之内接起电话，第一句话先报家门“您好”，天元物业×号×人为您服务”。前台服务人员必须站立服务，无论是公司领导不是业主从前台经过时要说“你好”，这样，即提升了客务部的形象，在一定程度也提升了整个物业公司的形象，更突出了物业公司的服务性质。

　　>客服部20xx年工作计划：

　　一、针对20xx年满意度调查时业主反映的情况进行跟进处理，以便提高20xx年收费率。

　　二、继续规范各项工作流程，认真贯彻执行各岗位的岗位职责

　　三、推行《员工待客基本行为准则》，提高员工素质及服务水平。

　　四、根据公司要求，在20xx年对客服部全体人员进行业务素质及专业知识培训，及时进行考核。

　　五、继续执行现行的物业费收取机制，在实际工作中不断加以完善。

　　六、完成xx阳台维修工作

**客服部工作总结及计划3**

　　从事电话客服工作是一份很需要耐心且极具挑战的工作，不管时间的长短，电话客服都能够给人很大的成长。以下是一位电话客服工作总结：

　　从在网上报名、参加听试、笔试、面试、复试到参加培训，不知不觉来到客服中心这个大家庭已经有五个多月的时间了，在这五个月的时间里我经历的是从一个刚走出校园的大学生到一个上班族的改变；从一个独立的个体到成为XX银行电话银行客服中心的一员。

　　在那里，我们每一天早上召开班前小组会议，每个组的小组长会从昨日的外呼和呼入状况中总结一些错误，在第二天强调这天外呼就应注意哪些问题;在那里，我们小组成员之间、组长和学员之间互相做案例，从一个个案例中发现我们的不足之处，强化我们的标准话术，让我们在应对各种刁难的\'客户时都能游刃有余；在那里，我们每个组商讨各队的板报设计，每位学员都用心参与到讨论中来，大家各抒己见，互相交流意见，齐心协力完成板报的设计到制作；在那里，我们每一天下班之前会召开大组会议，楼层组长会对在各方面表现优秀的学员予以表扬，对有进步的学员进行鼓励；在那里，每一天都会发生许多好人好事，这些事虽小，但从这些小事中让我们感受到的是我们电话银行XX中心大家庭般的温暖；在那里，我们每一天会记录下自己当天的工作感言，记录我们工作中的点点滴滴；更重要的是，在那里，我们在XX银行电话银行XX中心企业文化的熏陶下，不断提高我们自身的综合素质，不断完善自我……这紧张忙碌的气氛，使平日里有些懒散的我感到有些压力。但老坐席和新学员们的热情、欢迎、微笑感染了我，使我简单起来。听着老员工们亲切熟练的话语，看着他们娴熟的操作，体味着他们在工作时的认真和笃定，青春的浮躁也与之褪去，多了一份成熟和稳重。

　　从这几月的工作中总结出以下几点：

　　>一、立足本职，爱岗敬业

　　作为客服人员，我始终坚持“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，总是用心、努力的去做；当同事遇到困难需要替班时，能毫无怨言地放下休息时间，做好工作计划，坚决服从公司的安排，全身心的投入工作；

　　>二、勤奋学习，与时俱进

　　记得石主任给我们新员工上过的一堂课的上有讲过这样一句话：“选取了建行就是选取了不断学习”。作为电话银行XX中心的客服人员，我深刻体会到业务的学习不仅仅是任务，而且是一种职责，更是一种境界。这几个月以来我坚持勤奋学习，努力提高业务知识，强化思维潜力，注重用理论联系实际，用实践来锻炼自己。

　　1、注重理论联系实际。在工作中用理论来指导解决实践，学习目的在于应用，以理论的指导，不断提高了分析问题和解决问题的潜力，增强了工作中的原则性、系统性、预见性和创造性；

　　2、注重克服思想上的“惰”性。坚持按制度，按计划进行业务知识的学习。首先不将业务知识的学习视为额外负担，自觉学习更新的业务知识和建行的企业文化；其次是按自己的学习计划，坚持个人自学，发扬“钉子”精神，挤时间学，正确处理工作与学习的矛盾，不因工作忙而忽视学习，不因任务重而放松学习。

　　在今后的工作中，我会努力的继续工作，在工作中持续好和客户之间的关系，用的服务来解决客户的困难，让我用的服务来化解客户的难题。制定如下计划：

　　一、效完成外呼任务。在进行每一天的外XX，学会总结各地方的特点，善于发现各地区客户的生活习惯和性格特征，高效的外呼。例如在进行XX地区的个贷催收时，一般在下午的时间拨打接触率比较高，所以对于XX的客户我们要多进行预约回拨；再例如XX行的客户他们理解潜力和反映潜力偏慢，我们在进行外呼时需要放慢语速，做到与客户匹配。做到数量、质量、效率三者结合；

　　二、加强自身学习，提高业务水平。熟练掌握“一口清”，在解决客户问题时能够脱口而出；加强知识库搜索的练习，熟悉知识库的树形结构，帮忙我们高效的利用知识库；不断巩固所学的业务知识，做到准确完整的答复客户的问题；

　　三、增强主动服务意识，持续良好心态；

　　四、不断完善自我，培养一个客服代表应具备的执业心理素质。要学会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。

**客服部工作总结及计划4**

　　20xx年即将过去，回首一年来的工作，感慨颇深，时光如梭，不知不觉中来瑞和物业工作已一年有余了。在我看来，这是短暂而又漫长的一年。短暂的是我还没来得及掌握更多的工作技巧与专业知识，时光就已流逝漫长的是要成为一名优秀的客服人员，今后的路还很漫长。回顾当初来瑞和物业应聘客服岗位的事就像发生在昨天一样，不过如今的我已从当初懵懂的学生变成了肩负重要工作职责的瑞和一员，对客服工作也由陌生变得熟悉。很多人不了解客服工作，认为它很简单、单调、甚至无聊，不过是接下电话、做下记录、没事时上上网罢了;其实不然，要做一名合格、称职的客服人员，需具备相当的专业知识，掌握一定的工作技巧，并要有高度的自觉性和工作责任心，否则工作上就会出现许多失误、失职。前台是整个服务中心的信息窗口，只有保持信息渠道的畅通才能有助于各项服务的开展，客服人员不仅要接待业主的各类报修、咨询、投诉和建议，更要及时地对各部门的工作进行跟进，对约修、报修的完成情况进行回访。为提高工作效率，在持续做好各项接待纪录的同时，前台还要负责各项资料的统计、存档，使各种信息储存更完整，查找更方便，保持原始资料的完整性，同时使各项工作均按标准进行。

　　下面是我这一年来的主要工作内容：

　　本年度部门各项工作如下：

>　　一、规范内管管理，增强员工责任心和工作效率

　　部门内部管理比较薄弱，主要表现在员工责任心不强，工作主动性不够、工作效率低、办事拖拉等方面。针对上述问题，进一步完善了部门责任制，明确了部门员工的责任及工作标准；加强与员工的沟通，有针对性的组织多项培训，定期对员工的工作进行点评，有力的激励了员工的工作责任性。目前，部门员工工作积极性较高，由原来的被动、有条件的工作转变成现在的主动、自愿的工作态度，从而促进了部门各项工作的开展。

　　（二）严抓客服人员服务素质和水平，塑造了良好的服务形象。

　　客服部是服务中心的桥梁和信息中枢，起着联系内外的作用，客服员的服务水平和服务素质直接影响着客服部整体工作。今年下半年以来，我部着重加强员

　　工服务管理工作，使客服人员保持良好的服务形象，加强了客服员语言、礼节、沟通及处理问题的技巧培训，提高了客服员的服务素质。部门树立“周到、耐心、热情、细致”的服务思想，并将该思想贯穿到了对业主的服务之中，在服务中切实的将业主的事情当成自己的事情去对待。

　　（三）圆满完成客户开户激活工作，为客服部总体工作奠定了坚实的基础 截止20xx年1月13日，总共开设模拟操作账户251个，签署开户协议书221份，激活账户55个。

　　（四）密切配合各部门，做好内、外联系、协调工作

>　　二、部门工作存在的问题

　　尽管部门总体工作取得了良好的成绩，但仍存在一些问题。为进一步做好明年工作，现将本部门存在的问题总结如下。

>　　（一）员工业务水平和服务素质偏低。

　　通过部门近一年的工作和实践来看，客服员业务水平偏低。主要表现在处理问题的技巧和方法不够成熟，应对突发事件的经验不足等。

>　　（二）部门管理制度、流程不够健全

　　目前，员工管理方面、服务规范方面、操作流程方面的制度不是很健全，因此，使部门的工作效率、员工责任心和工作积极性受到一定影响。

>　　（三）协调、处理问题不够及时、妥善

　　在投诉处理、客户意见、建议、客户求助方面的信息反馈不够及时全面，接到问题后未及时进行跟进和报告，处理问题的方式、方法欠妥。

>　　三、20xx年工作计划要点

　　（一）继续加强客户服务水平和服务质量；

　　（二）加强部门培训工作，确保客服员业务水平有显著提高。

　　（三）完善客服制度和流程，部门基本实现制度化管理。

　　（四）密切配合各部门工作，及时、妥善处理客户纠纷和意见、建议。

　　（五）加强相关管理工作，做到有检查、有考核，不断提高服务质量。

　　回顾20xx年，工作中充满了艰辛与坎坷，却收获了成长与成绩，展望20xx年，迎接我们的是机遇和挑战。为此，客服部全体员工在明年的工作中将继续团结一致，齐心协力的去实现部门目标，为公司发展贡献一份力量。

**客服部工作总结及计划5**

>　　一、20xx年主要指标完成情况

　　在公司领导高度重视和各部门共同努力下，20xx年客服主要指标处于全省领先位置。

　　1、客户满意度表现稳定。在省公司第二期调查中，大洋各环节全部达标，得分均有所提升。标准满意度全省第一，营业厅、网络、促销、投诉满意度全省第二，新业务全省第三。

　　2、万客户投诉量（13.9件）全省第2低，万客升级投诉量全省最低，投诉满意度处于全省前3位。

　　3、营业厅服务质量综合评分100分，四个季度均达标。其中营业厅暗访检测平均得分93.81分、电话回访满意度平均得分86.55、双向评价满意度平均得分94.32分、自助充值占比62.47%，各项成绩均名列全省前茅。

　　4、月均中高端客户35.27万，完成目标110.2%；拍照中高端客户保有率85.5%，深度捆绑率达到54.3%。拍照中高端客户硬性捆绑率为48.4%，软性捆绑率为60.1%，总体捆绑率72.7%，硬性捆绑率暂列全省第一位。

　　5、全球通品牌服务评估指标综合得分67.2分，暂列全省第二位。

　　6、电子渠道和电子商务指标完成率处于全省中游位置。

　　附——截至11月30日各项指标完成情况：

>　　二、工作亮点与创新点

>　　（一）客户满意度管理扎实推进

　　1、落实全程满意度考核管理，完善 “8+N”认责考核体系，深入开展质量监控，综合运用投诉管控、营业厅检测、满意度调查等管理工具，针对客户集中关注的不规范营销、服务质量、重复投诉、营销口径、全业务服务质量等问题开展闭环的检测和提升。

　　2、运用双向评价改进服务短板，扎实推进服务示范项目建设，市县两级服务例会促进流程优化，体系化运作加快全球通服务提升，“便捷服务 满意100”活动蓬勃开展。

　　3、全力开展不满意客户的甄别和满意度修复活动。在各单位的共同配合下，点对点维护敏感客户11.29万，互动活动参与客户9.2万，通过宣传沟通客户176万，对大量已接触的及有关系的客户开展属地维护，优势服务知晓率93%，互动活动知晓率75%，取得较好效果。

>　　（二）中高端服务体系高效运转

　　1、巧捆绑，快速抢占市场份额。创新开展充值优惠、信用消费网龄营销活动，简化协议消费活动档次，调低预存金额，降低办理门槛，通过较高优惠政策培养新增中高端客户。

　　2、重保有，多种手段守土固土。以“新88套餐+家庭套餐”为保有切入点；针对双机客户、IPHONE等高危及异动客户，实现电话经理AB角交叉维护，开展优先捆绑、资费沟通。

　　3、率先开展“及时性”服务。利用现有预警系统，及时回访异动客户；将话费理财融合到常规和专项工作中，及时准确提出理财建议。

>　　（三）提升宽带和集团热线的一次解决率。

　　通过对于热点问题制订口径，加强培训和模拟演练提升话务员的预判断和预处理能力，制订步骤清晰并配有截图的宝典手册，走进宽带小区装维现场进行观摩学习。热线一次解决率由1月的85%上升至目前的95％，高于省公司80％的服务标准。

>　　（四）营业厅服务

　　1、业务能力持续提升。开展多形式培训模式、制定系统化考核制度。下发“热点业务培训周报”，总结推广集中培训、片区培训、一对一培训等多种培训模式，开展全区引导员专项培训。开展“知识库点击、综合业务办理、营销推广”等多种类技能比赛。

　　2、强化合作厅服务管理：培养以客户为导向的服务意识，针对薄弱环节，组织开展合作厅专题检测、合作厅达标认证，把服务检测与合作厅星级考评挂钩，加快服务提升。

>　　（五）投诉管理。

　　1、PK案例库建设成绩显著。4例多媒体案例入选集团公司，5例文字案例入选省公司。同时，在全省PK案例现场评选活动中获得二等奖。

　　2、严把投诉风险，有效降低升级投诉。20xx年大洋公司共受理升级投诉233件，暂无判责投诉。整体投诉量呈下降的趋势，升级投诉量全省排名靠后。

　　3、多举措、多维度提升客户满意度。优化投诉处理流程，加强部门协同；班组内部加强学习与管理，作为一线投诉处理人才的培训基地，为各单元培养了一批优秀的投诉处理人员。在全省第二期满意度查中，大洋投诉满意度达57.58%，高出全省平均水平8.7个百分点。

>　　（六）实现分层分级的联盟商户及会员管理模式

　　1、通过对商户的分层分级，采用不同的维护方式，重点发展 “双优”（质优+价优）和“双高”（配合度高+满意度高）商户，为其量身打造营销政策、度身定制主题活动，提升商户人气的同时，增强联盟号召力；

　　2、通过对会员的分层分级，有针对性的开展会员活动，提升用户参与率，降低对用户的“打扰”。

　　对于此模式的试用和推广，总结完成了《商户联盟业务分层分级管理模式创新》的成果，获大洋公司20xx年创新三等奖。

>　　（七）多举措提升俱乐部会所参与率

　　1、多举措提升全球通用户俱乐部会所参与率。在各俱乐部会所统一布放品牌LOGO、VI宣传、消费终端POSS机，向目标客户推荐积分兑换产品；以小积分多覆盖等方式，引导全球通客户积分消费。

　　2、利用资源稳固集团。完善运动俱乐部活动申请流程，规范化管理俱乐部场地使用，优先向AB类集团、具有长期合作背景和达成一定业务合作的集团倾斜，加强全球通集团客户关系维系，提升集团活动专场效果。

　　3、持续加强会所建设：根据会所引入原则，甄别引入优质会所资源；加强已建会所的服务检查和支撑，引入淘汰机制，激励会所人员能够及时发现营销商机、反馈集团动向、关注异网潜入、制定解决方案，提供专业的高端一站式服务。

>　　（八）扎实系统的推进班组建设

　　1、打破常规激励方式，让员工压力与激励并存

　　绿苗计划：每半年进行一次值班长后备人才公开选拔，对现任值班长岗位人员进行开测评，持续更新值班长后备人才库。

　　员工讲坛：创新开展“大家讲给大家听”的员工讲坛活动，让员工以“激情工作”为主要内容进行励志专题培训。

　　荣誉显性化展示：每月评选 “岗位能手、服务明星、新锐标兵”，在台席显著位置摆放标志牌或“党员专席”台席卡。

　　2、建立员工关怀体系，开展“幸福计划”增强团队凝聚力，培养员工对企业的归属感 常规关怀：在员工生日、结婚、孕育、生病等重要时刻送上关怀；由经验丰富的老员工一对一担任各小组辅导员，对年轻的电话经理进行心理辅导；开展发声保健讲座。

　　幸福计划：以温馨母亲节，真诚送祝福打开帷幕，幸福为主线，结合父亲节，六一儿童节，感恩节等节日特点，开展了猜猜我是谁、童年乐翻天、幸福沙龙、大手拉小手等活动。

>　　三、短板及提升方案

>　　（一）服务短板亟待改善

　　1、语音网络“长板不长”。20xx年语音网络满意度下降趋势明显，优势保持面临挑战。网络投诉增长快，处理难度大；弱覆盖等长期无法解决的问题居高不下，严重影响客户感知。

　　2、营销与服务的协同需要加强。违反五条禁令的投诉时有发生；营销活动不规范对其他商业过程形成影响，客户对返还质疑、营销宣传不明确等问题投诉较为集中，话费准确等传统优势项目满意度偏低；营销策划的事前控制欠缺，一些由于方案漏洞、宣传错误、促销品配置不到位的投诉本可避免。

　　3、窗口服务稳定性不够，波动较大。有些单位在服务工作开展中，为追求一时的成绩，把较大的精力放着应付检查、应付考试上，“口头服务”多于“实质服务”，未做到真正以客户为导向。其根源在于问题发现不及时，对客户需求的挖

　　掘、公司管理、流程问题的发现比较滞后。

>　　（二）服务的显性化、差异化不足

　　1、客户对营业厅的进门引导、等待关怀、业务办理三个环节最为关注，目前缺乏“惊喜”级服务，与对手没什么差异，给客户的感觉一般。

　　2、服务宣传的系统性不强，整体形象和服务优势的宣传没有长期坚持，宣传方式也需进一步优化。11年计划加强4格漫画宣传，在报纸刊登、在楼道张贴，印成漫画册发放；在报纸、网站上开辟你问我答专栏，针对常见问题进行咨询和解释；将营销政策包装为服务举措，提升客户的服务感知。

　　3、细分市场的差异化服务仍有很大提升空间。需明确服务标准、服务项目、提供方式，逐步实现并提供服务承诺。如：集团、家庭、校园、农村。

　　4、动感地带品牌过于集中在校园，竞争激烈，满意度波动大，县区动感地带品牌的发展需加强。

>　　（三）支撑服务需进一步加强

　　1、客户满意度调查由于周期长、样本少、影响因素多，部分员工认为最终成绩和自己没有关系。目前通过双向评价对于商业过程的满意度监测已开展1年多，调查结果的分析方法和责任定位已基本成熟。11年计划将调查结果和责任认定与集团客户经理、乡镇店长、营业厅星级考评的考核挂钩，通过适当的压力传递，提高每个员工提升客户满意度的责任心。

　　2、反向培训、《常见问题的咨询和解释》要坚持长效执行，充分使用反向培训系统。

　　3、目前“不满意客户”数据库已初步建立，但对一线开展属地化维护的支撑还不够，11年计划建设不满意客户维护支撑系统，专为一线人员提供客户需求信息，并可查询接触信息。

>　　（四）中高端服务协同有待加强

　　1、系统支撑待完善，电话经理和前台营业员协同较弱。通过将营业前台的精确营销系统与电话经理6.0系统结合起来，电话经理对用户推荐完优惠活动后可直接派单到各营业厅，同时用户到营业厅办理业务时，精确营销优先显示电话经理推荐活动。

　　2、营销方案不能直接受理，电话经理工作被动。通过提取话费余额大于优惠活动首次充值金额的未捆绑用户，推荐优惠活动，验证密码，直接扣除话费余额，在线办理营销案。

>　　（五）自助充值终端管理有待提高

　　1、自助充值终端配备数量不足，大洋大洋自助充值终端万有用户拥有数偏低。

　　2、自助终端使用项目相对单一。自助终端目前主要用于充值，，需有效加强自助终端查询及体验功能的应用。

>　　20xx年工作思路

>　　一、全业务运营环境下坚持服务优势

>　　总体思路：把握客户需求，完善服务体系，强化基础管理，保持领先优势

>　　1、多层面运用满意度评价工具。

　　一是按客户生命周期开展分阶段调查：开展入网、离网客户调查，研究客户不同生命周期的满意度及关注点。二是专项调查活动：组织开展客户座谈会、员工座谈会、客户体验俱乐部等活动，聚焦目标市场，收集客户感知信息。三是加强不满意客户维护管理：建立不满意客户库，加强不满意客户信息的收集和统一管理，常态化的开展甄别和维护，系统支撑到一线

　　2、研究多维度衡量考核体系。

**客服部工作总结及计划6**

　　>一、背景：

　　（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）、深圳医疗市场竟争日趋激烈，个性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。

　　>二、目的：

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

　　（二）、医疗市场竟争的日趋激烈，使医院务必向就医顾客带给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，为就医顾客带给诊前、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，来负责向客户带给一体化的服务。透过医院客户服务中心，医院就能够有的放矢地为就医顾客带给完善的服务。

　　>三、指导思想：

　　（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）、透过广泛与市、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、非竟争性行业等的合作，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。

　　>四、部门建设：

　　（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：客服部组织构架，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；

　　1、编制及主要职责：见下表岗位人数所属部门主要职责备注部门经理1客服中心1）、负责统筹客服部工作，指导各中心开展工作；

　　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）、负责统筹客服部人员培训；导医12导医组1）、对于来院客户在理解服务过程中，有需要帮忙的，及时带给帮忙，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好处；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，为客户带给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，用心、主动、热情地为顾客带给人性化、个性化、优质化的商品质服务。

　　2）、中心所有客户服务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）、使用礼貌礼貌用语，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，职责到人。

　　>五、工作计划草案：

　　（一）、定期、规范开展市场调研：

　　1、调研资料：

　　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；

**客服部工作总结及计划7**

　　忙碌的20xx年即将过去。回首客务部一年来的工作，感慨颇深。这一年来客服部在公司各级领导的关心和支持下、在客服部全体人员的用心努力配合下、在发现、解决、总结中逐渐成熟，并且取得了必须的成绩。

　　>一、提高服务质量，规范前台服务。

　　自20xx年我部门提出“首问负责制”的工作方针后，20xx年是全面落实该方针的一年。在日常工作中无论遇到任何问题，我们都能作到各项工作不推诿，负责到底。不管是否属于本岗位的事宜都要跟踪落实，保证公司各项工作的连惯性，使工作在一个良性的状态下进行，大大提高了我们的工作效率和服务质量。根据记录统计，今年前台的电话接听量达26000余次，接待报修10300余次，其中接待业主日常报修7000余次，公共报修3300余次；日平均电话接听量高达70余次，日平均接待来访30余次，回访平均每日20余次。

　　在“首问负责制”方针落实的同时，我们在7月份对前台进行培训。主要针对《前台服务规范》、《前台服务规范用语》、《仪态礼仪》、《谈吐礼仪》、《送客礼仪》、《接听礼仪》、〈举止行为〉、〈前台办理业务规范用语〉等进行培训。培训后还进行了笔试和日检查的形式进行考核，而且每周在前台提出一个服务口号，如“微笑、问候、规范”等。我们根据平时成绩到月底进行奖惩，使前台的服务有了较大的提高，得到了广大业主的认可。

　　>二、规范服务流程，物业管理走向专业化

　　随着新《物业管理条例》的颁布和实施，以及其它相关法律、法规的日益健全，人们对物业公司的要求也越来越高。物业管理已不再满足于走在边缘的现状，而是朝着专业化、程序化和规范化的方向迈进。在对园区的日常管理中，我们严格控制、加强巡视，发现园区内违章的操作和装修，我们从管理服务角度出发，善意劝导，及时制止，并且同公司的法律顾问多沟通，制定了相应的整改措施，如私搭乱建小阁楼、安外置阳台罩的，一经发现我们立刻下整改通知书，责令其立即整改。

　　>三、改变职能、建立提成制

　　以往客服部对收费工作不够重视，没设专职收费人员，由楼宇管理员兼职收费，而且只在周六、日才收，造成楼宇管理员把巡视放在第一位，收费放在第二位，这样楼宇管理员没有压力，收多收少都一样，甚至收与不收一个样，严重影响了收费率。所以，从本年度第二季度开始我们开始改革，取消楼宇管理员，设立专职收费员，将工资与收费率直接挂钩，建立激励机制，将不适应改革的楼宇管理员辞退。招聘专职收费员，透过改革证明是有效的。一期收费率从55%提高到58%；二期从60%提升到70%；三期从30%提升到40%。

　　>四、加强培训、提高业务水平

　　物业管理行业是一个法制不健全的行业，而且涉及范围广，专业知识对于搞物业管理者来说很重要。但物业管理理论尚不成熟，实践中缺乏经验。市场环境逐步构成，步入正轨还需一段很长的时间。这些客观条件都决定了我们从业人员需不断地学习，学习该行业的法律法规及动态，对于搞好我们的工作是很有益处的。

　　客服部是与业主打交道最直接最频繁的部门，员工的素质高低代表着企业的形象，所以我们一向不断地搞好员工培训、提高我们的整体服务水平，我们培训的主要资料有：

　　（一）搞好礼仪培训、规范仪容仪表

　　良好的形象给人以赏心悦悦目的感觉，物业管理首先是一个服务行业，接待业主来访，我们做到热情周到、微笑服务、态度和蔼、这样即使业主带着情绪来，我们的周到服务也会让其消减一些，以使我们解决业主的问题这方面，陈经理专门给全部门员工做专业性的培训，完全是酒店式服务规范来要求员工。如前台接电话人员，务必在铃响三声之内接起电话，第一句话先报家门“您好”，天元物业×号×人为您服务”。前台服务人员务必站立服务，无论是公司领导不是业主从前台经过时要说“你好”，这样，即提升了客务部的形象，在必须程度也提升了整个物业公司的形象，更突出了物业公司的服务性质。

　　（二）搞好专业知识培训、提高专业技能

　　除了礼仪培训以外，专业知识的培训是主要的。我们定期给员工做这方面的培训。主要是结合《物业管理条例》、《物业管理企业收费管理办法》等污染法规、学习相关法律知识，从法律上解决实际当中遇到的问题，我们还邀请工程部师傅给我们讲解有关工程维修方面的知识，如业主报修，我们应能分清报修位置、基本处理方法、师傅应带什么工具去、各部分工程质量保修期限是多少，是有清楚了这些问题，才能给业主宣传、讲。让业主清楚明白物业管理不是永远保修的，也不是交了物业管理费我们公司就什么都负责的，我们会拿一些经典案例，大家共同探讨、分析、学习，发生纠纷物业公司空间承担多大的职责等。都需要我们在工作中不断学习、不断积累经验。

　　>五、组织活动、丰富社区文化

　　物业管理最需要体现人性化的管理，开展形式多样、丰富搞笑的社区文化活动，是物业公司与业主交流沟通的桥梁。物业公司在往年也组织了超多的社区文化活动，如一些晚会、游园活动，短途的旅游及各类棋类比赛等。得到了全体业主的认可，但是结合此刻物业的实际运营状况，0。3元/平方米标准的物业费连日常的管理开支都保证不了，更何况组织这些活动要花费相当大的一笔费用，在这种状况下，我们要克服困难、广开思路、多想办法，合理利用园区的资源有偿收费开展活动。

　　我们结合实际状况，联系了一些电器城、健身器材中心、迎利来蛋糕店、婴儿早教中心等单位在园区内搞活动，这些公司提负责供完整的一台节目，园区业主共同参与，寓乐其中，经销商们不仅仅发放了礼品，而且物业公司还收取了必须的费用来弥补物业费的不足，

　　透过一次次的活动，体现了XX小区人性化的物业管理，同时也增进了物业公司与业主之间的沟通与交流，并为公司增加一笔收入，据统计自20xx年3月以来以园区内开展活动形式收取现金及实物共计约13850元。

　　>六、清查二期未安装的水表，追缴经济损失

　　本年度客服部一向配合工程部对二期未安装水表的住户进行调查，据资料统计大约有近50家住户没安水表，从入住以来一向未交过水费。我们务必抓紧时间将表安装上，并尽力追回费用。而且在安装的过程中我们又发现了新的问题，许多卡式水表需换新的电池，面临这种状况我部抽调出专门人员负责这九栋楼宇的筛查和收取水费的工作。在与工程部的共同配合下目前为止我们已安装了36户水表，并且追缴了费用。

　　>七、执行新自来水的水费收费标准，及时调整水价

　　在今年7月份全市自来水进行统一价格调整，园区内20xx多住户，我们务必在6月底前挨家挨户将水费结清，便于7月份水费上调的顺利过度。针对这一状况。时间紧任务重。我们及时调整班次，将人员划分范围，客服部全体人员停休，加班加点全员入户收水费。透过大家的共同努力，在不到一个月的时间内我们尽了努力完成了这一任务。使7月份的水价平稳的由2。0元/吨上调到2。8元/吨。于此同时我们对于那些从未收过水费的住户也基本上走完一遍，共查出漏户约50户，共计追缴费用约2454。7元。就此问题我部提出要求水费以后按月收取，代替以前一个季度才收一次的规定，减少工作失误，细查到位每一户。

　　>八、不辞辛苦，入户进行满意度调查

　　根据计划安排，20xx年11月开始进行满意度调查工作，我们采取让收费员收费的同时进行此项调查工作，同时重新登记业主的联系电话，我们会将业主的最新联系电话重新输入业主资料中。据统计至今为止已发放1610份，回到1600份，回收率为62%。

　　20xx年将是崭新的一年，随着我们服务质量的不断提高，小区配套设施的逐步完善XX物业公司将会向着更高、更强的目标迈进，客服部全体员工也将会一如既往的持续高涨的工作热情，以更饱满的精神去迎接新的一年，共同努力为XX物业公司谱写崭新辉煌的一页！

　　客服部20xx年工作计划：

　　一、针对20xx年满意度调查时业主反映的状况进行跟进处理，以便提高20xx年收费率。

　　二、继续规范各项工作流程，认真贯彻执行各岗位的岗位职责

　　三、推行《员工待客基本行为准则》，提高员工素质及服务水平。

　　四、根据公司要求，在20xx年对客服部全体人员进行业务素质及专业知识培训，及时进行考核。

　　五、继续执行现行的物业费收取机制，在实际工作中不断加以完善。

　　六、完成XX阳台维修工作

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！