# 天猫客服月度工作总结600字

来源：网络 作者：梦回江南 更新时间：2024-08-05

*工作总结，以年终总结、半年总结和季度总结最为常见和多用。就其内容而言，工作总结就是把一个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，并分析成绩的不足，从而得出引以为戒的经验。总结是应用写作的一种，是对已经做过的工作进行理性...*

工作总结，以年终总结、半年总结和季度总结最为常见和多用。就其内容而言，工作总结就是把一个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，并分析成绩的不足，从而得出引以为戒的经验。总结是应用写作的一种，是对已经做过的工作进行理性的思考。总结与计划是相辅相成的，要以工作计划为依据，订计划总是在总结经验的基础上进行的。其间有一条规律：计划——实践——总结——再计划——再实践——再总结。以下是工作总结频道为你整理的《天猫客服月度工作总结600字》，欢迎阅读！

>【篇一】

　　入职半个月以来，在领导和同事的帮助下，本人对淘宝客服工作职责及内容有了较好了解和基本掌握，并已开始正式上岗。现就工作学习心得，工作的内容要点及工作中出现的问题作一个阶段性的总结，以为日子不断对自己工作进行完善做参考和准备。淘宝客服作为网店的一个重要组成部分。其重要性不可忽视。

　　首先它是店铺和顾客之间的纽带和桥梁，一名合格的客服首先要做到认真、负责、诚信、热情的去接待每一位顾客。其次是要有良好的语言沟通技巧，这样可以让客户接受你的产品，最终达成交易。再次，作为客服同时要对自己店内的商品有足够的了解和认识，这样才可以给客户提供更多的购物建议，更完善的解答客户的疑问。

　　本人在这半个月的工作已经清楚的认识到自己工作的职责及其重要性，工作中也在不断学习如何提高自己工作的技能，虽然此前没有相关工作经验但希望能从零学起，争取早日成为一名合格的淘宝客服。下面就本人售前导购，售中客服，还有售后服务工作进行初步解析。

　　首先是售前导购。售前导购的重要必不仅在于它可以为顾客答疑解惑，更在于它可以引导顾客购买，促成交易，提高客单价。在售前沟通中一般包括打招呼、询问、推荐、议价、道别等这几个方面。

　　在打招呼方面，无论旺旺是在线或都其它状态，自动回复这项必不可少。自动回复可以让我们做到及时快速回复，让顾客第一时间感受到我们的热情，同时自动回复里附加有我们店名可以强化顾客的印象。除了自动回复，自己也要在第一时间回复询问顾客有什么需要帮助的。

　　在询问答疑方面，无论是什么情况都铭记第一时间关注旺旺显示顾客在关注店里的哪款包包，打开相应的页面，时刻准备着回答亲们提出的任何咨询。在议价环节则非常考验一个人的沟通水平和谈判能力，何如才能做到巧妙的跟客人周旋，既能保住价格堡垒又能让客人感觉到我们的价格是最低实在不能再降，这个需要自己在工作中不断去学习提高自己沟通能力。道别步骤也必不可少，无论是成交或没有成交都要保持统一的热情态度去对待每一位客人。

>【篇二】

　　不知不觉天猫旗舰店已经运营了半年，从最初的产品规划、品牌定位。期间的团队架构、后期的战略规划，实属不易。原因主要是小城市人才少，招不到稍微对口的岗位。

　　产品规划经验篇，产品设计要整合品牌的现有资源去做大局规划在细分到具体的。大局规划分为：常规款(平民大众)罐装系列(办公室人群)礼盒系列(节假日送长辈送领导)定制限量款(特殊人群)，产品确定了就可以根据市场竞争对手及淘宝的热卖指数来确定你的价格体系。每个产品系列所呈现给买家的视觉，价格敏感度，卖点都是不相同的，所以主图、宝贝详情、都要根据产品的特性去打造。

　　品牌定位:确定了整个产品线，这样才能给品牌定位，一个品牌都是由一个个爆款组成的。就如同apple的产品线，纵观iphone、ipad、mac、ipod。哪个不是重点打造成为爆款。所以前期中小卖家不要太注重品牌，毕竟销量好，赚到钱才是硬道理。但从整体规划而言，这个环节不可忽视，要想将品牌之印深深的烙印在买家的心中，咱必须从店铺所涉及到的方方面面部署，譬如：品牌文化品牌责任感最重要的要属品牌logo，你的logo能不能让消费者一目了然，老客户能不能过目不忘?这些都需要从产品主图、店铺装修、包装设计、客服话术、宣传单页(售后服务卡)等细节入手，201x我觉得应该是细节赢得回头客。还有个重要的是slogan咱中国人俗称：“标语”，作为淘宝卖家不说语不惊人死不休，但最起码要让买家知道你是做哪行的，在细分下你是具体做什么的。逐字优化，根据不同阶段企业的发展推成出新!

　　团队架构：

　　客服：大方向抓稳了，就该踏踏实实的一步一个脚印前进了，团队核心要属客服，为什么好的客服难寻?这是我之前一直所困惑的问题，其实到后来我才发现，一个再好的客服也是需要时间的磨练的，从产品知识培训，沟通技巧，打字速度，服务态度慢慢的循序渐进的考核，只有基础打牢了，做掌柜的你才能说考核KPI，转化率。因为在起点相当的水平上，客服转化率就是在对客服的个性化服务及服务跟踪在做比较。

　　这里需要特别提一下“售后客服”，这不是每个客服都能够胜任这个角色的，每天面对的是一些麻烦，诸如：“产品质量”“丢件，漏发”“发票事件”等等，这些问题的出现及应对措施是售后客服需要提前想到准备的，如何缓和“微机”，将事件大事化小，小事化了是需要售后客服对淘宝规则，产品质量监督反馈、处理方式等等的学习。

　　设计：设计是电商的竞争力，这是未来的一个趋势，不光是大卖家也是中小卖家所必须重视起来的一个岗位，为什么这么说呢?你想想买家的购物路径是什么?展现给买家的第一印象是什么?大部分都是从淘宝搜索单品看到主图后点击进入店铺，是否能让买家激发起点击想要看一看的\*?不是说设计需要将图片处理的和科幻片一样的虚幻美化，而是要将你的卖点，和别家产品的主图区分开来;达到醒目并点击的作用，只有买家进单品来看之后才会产生购买的行为，才能以点带面让更多的产品曝光在买家的屏幕前。

　　所以掌柜一定要明确告诉设计咱家产品的卖点是什么，近期有哪些促销方式和别家的区别在哪里?宝贝详情如同主图一样，挖掘卖点，想客户之所想，去客户之疑虑。最终展现品牌文化，适当的关联产品。良好的购物页面体验也是促成成交的关键之处。

　　财务：可能对于中小卖家这个岗位还是很陌生，现在卖家中心，基本每天都能看到多少销售额，但对于一个店铺的敏感环节，必须要重视起来，一个店铺的财务涉及到水电人员成本，广告费用，物流费用核算，只有确保每个支出和收入环节的明细报表后才能有效的控制好成本预算，确定下个月的目标，各团队一起朝着目标奋进，根据数据的反馈去发现问题，找到问题的根源，去优化，慢慢的让店铺成长。

　　物管：主管发货，对于这个行业最重要的是需要有责任心，也就是要管的事情太多了，从前台客服引进的订单，到拣货包装，物品的管理采购，及下月的预估采购报表等等，这个岗位是个苦差事，但如果懂得安排和灵活调整还是相对比较轻松的一个岗位。

　　最后想说的是领导层的战略部署，从市场的大环境出发，洞察整个行业的趋势动向，到细节成败的关键，都需要有敏感的嗅觉和快速的执行力。一个团队的管理从岗位考核到人文关怀，都是领导需要操心的事情，我提议掌柜的每天晚上抽个两小时学习一下诸如：《卖家刊》《电商精英系列教程》网商在线阿里学院派代等报刊及网站，多和其他卖家交流分享，哪怕有些观点不一定对，至少前辈们会帮你指出来，这样你也能得到一些经验避免少走弯路。最最后提醒各位像我一样的卖家(劲椎病困扰者)，合理安排时间，多多锻炼身体，劳逸结合，这样身体有了，革命咱还怕不成功?

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找