# 客服年度工作总结200字

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-10-07

*客服年度工作总结200字(精品3篇)客服年度工作总结200字要怎么写，才更标准规范？根据多年的文秘写作经验，参考优秀的客服年度工作总结200字样本能让你事半功倍，下面分享【客服年度工作总结200字(精品3篇)】，供你选择借鉴。>客服年度工作...*

客服年度工作总结200字(精品3篇)

客服年度工作总结200字要怎么写，才更标准规范？根据多年的文秘写作经验，参考优秀的客服年度工作总结200字样本能让你事半功倍，下面分享【客服年度工作总结200字(精品3篇)】，供你选择借鉴。

>客服年度工作总结200字篇1

在工作中顾客咨询产品的功效及使用方法和一些美容相关的常识比较多，通过前一段时间的酝酿和美容知识的积累，关于美容知识方面有比之前有所提高，对于这方面的问题都可以用快捷回复，提高了回复的速度，遇到不懂的问题，有空的时候就会上百度搜索答案，整理到一个文档，方便下次遇到类似问题时，能够较快的回复。体现客服的专业。

在与顾客沟通中会经常用表情图，给顾客感觉到服务热情，这点自我感觉要比前一段时间要好些。

有尝试着跟顾客推荐一些产品，当跟顾客推荐产品前会问顾客有没有这方面的需要，或者问顾客平时都有用哪些护肤品这次是否有要顺带一瓶，如果顾客接受的话再进行下一步的产品功效介绍，推荐顾客购买套餐。推荐产品并不是所以的顾客都接受的，有些顾客会比较委婉拒绝，暂时不需要，有的顾客会直接下线不理会客服。

这周的售后要比前段时间多，遇到售后的顾客，首先抚平他们的心情，让他们先不要着急，在我们这里购物都是有保障的，要站在顾客的角度帮顾客解决问题。

要让顾客感觉到你的态度诚恳，是在尽自己最大的能力帮助他，顾客也就不会太刁难你的，毕竟人心都是肉长的。

>客服年度工作总结200字篇2

一、服务

客服室，实际是营销服务室。每天，服务经理通过电话与客户打交道：3g客户维系挽留、2g客户维系挽留、固网宽带维系挽留等等。众所周知，挖掘一个新客户比留住一个老客户，成本要高好几倍。可见，服务是多么重要。

那么，如何拉近与客户的距离，更好地服务客户，让客户满意和认可企业，是当今服务行业一直思考和亟需解决的难题。

我认为，世界上并没有标准的服务方式。那些所谓的标准术语、语气、语调只是最最一般的方式，但并不是适合每一个服务经理。就像某位伟人所说，框条是死的，人是活的。最适合自己的才是的。简而言之，就是让服务更显个性。作为服务经理，应该在遵照公司服务要求的基础上，结合自身特点，找寻一种最适合自己的服务态度和方式，这样更能在服务过程中拉近与客户的距离，达到更好的服务效果。

打破框架，创新服务。

二、考核

考核，是对员工工作的评价和肯定。我看了市公司下发文件对服务经理的考核指标，个人认为，有些许强人所难。比如外呼量，在我刚来的时候，外呼量为一周150个正常通话，如今提高到200个。尤其在做三无和双底等回访，更是难以达到外呼要求。

我认为，工作以人为本，以人为先。工作人员拥有动力和信心，才能做好本职工作。所以，调动员工的积极性是工作顺利进行并取得成效的重要保障。

调动员工积极性贵在设置合适的考核指标。县分客服可综合考虑市公司下达文件的指标为基础，设置自己的考核标准。指标设置必须得当，指标太高，员工经常完成不了，久则生惰性，积极性便下降；太低，则会减低效率，降低服务质量。最适当的指标在于尽力尽心去做即能达到。还有，奖罚分明。在月底进行一次评比，考核达标且成绩第一的，给予奖励；考核不达标且成绩最差，加以惩罚。

总之，考核以激励促竞争，以竞争促动力，以动力提绩效。

三、团队建设

创建一个优秀的具备强劲战斗力的团队，不仅在于分工，更在于合作。团队成员多沟通、多交流、多配合，精诚合作，不分你我。

我建议，可仿效市公司在每周组织一次下午茶，召集所有成员，大家谈谈心、交流这一周的工作情况和个人心得，好的方面可学习发扬，不足的可以讨论完善。不断从日常工作中总结经验，才能不断提升个人能力。

领导亦可借此机会了解下属最近的工作和生活情况，增进大家的感情。我想，一位平易近人、时常体恤和关心下属的领导，才是大家推崇和尊敬的好领导。

李白诗云：天生我才必有用。每个人都有可取之处，物尽其用，人尽其才，才能发挥团队的战斗力。

总之，领导对员工的关心和激励，是员工努力工作的无限动力。

>客服年度工作总结200字篇3

不知不觉天猫旗舰店已经运营了一年，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，20\_\_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！

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