# 最新天猫客服年终个人总结简短(十篇)

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2024-10-04

*总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？...*

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

**天猫客服年终个人总结简短篇一**

一、提升服务品质。

首先我们认为公司的服务品质要上台阶单靠我们服务办的跟踪检查是远远不够的，所以在年初我们就制定了楼层兼职值班经理，由个楼层主任级人员担任，和我们共同配合，对各楼层的员工日常行为规范进行检查，从而在卖场检查方面力量得到加强。在本年第二季度，服务办带领各商品部开展班组建设。以商品部各区域为单位，具体在顾客投诉，领班交\*、导购日常考核方面进行建设，实行卖场互查、部门自查，每周由服务办带队进行二至三次联合查场并根据结果下发查场整改通知单(参加人员由服务办人员、部门领班、主任、楼层值班经理)，现场管理逐级负责、分级管理(服务办公司级→各商品部部门级→班长级→店长—员工)，加大力度。

部门干部负责本部门的现场管理，有问题时可以及时处理，从员工接受和配合方面更有利于管理效果。建立店长培训制，进行销售跟进。第三季度服务办对全员的服务质量跟踪卡进行了更换，并建立了全员服务管理档案，对全年违纪的员工累计超过6次，我们将暂停员工的上岗资格，进行培训并重新办理入职手续，使全体员工树立危机意识，全面提升服务品质，从而营造服务环境，截止目前为止累计更换下发服务质量跟踪卡4000余张，在店庆前我们还在员工中推出了我微笑、我引领的服务口号，并组织制作员工微笑服务牌并全员下发，全员佩戴，通过这样的方式使全体员工都微笑面对每一位顾客，为顾客留住国芳百盛的微笑。八月份为了更进一步的提升服务品质，树立员工服务意识，还推出服务明星候选人共44人，起到了以点带面的作用。

二、顾客投诉接待与处理。

在本年度我们多次利用部门例会或沟通会、专题培训等形式对楼层管理人员进行公司退换货规定、投诉处理技巧及精品案例分析培训，重点以规范自身接待形式、规范服务为主要工作目标，做到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、楼层接待及记录规范化，(服务办定期检查，对不规范的管理人员进行处罚)，在今年8月份公司安排我对一线领班的投诉技巧进行培训，我精心准备后，带出了顾客投诉处理艺术，并得到基层管理的好评，通过本次培训提高楼层基层管理人员处理投诉能力。

20xx年前三季度服务办全体共接待各类投诉371起完结率(质量类：224例，服务类:9例，综合类：131例，突发事件：7例)在突发事件处理方面，我们与保险公司又续签了投保协议——第三方责任险(保费共3000元，三店同保)，只要是在我公司发生的突发事件，均属于保险范围，从而为公司减低了损失。

三、人员管理检查范围全面化、制度化。

将二线和一线员工管理纳入同步轨道，进行日常监督和管理。依公司相关规章制度，一视同仁，严格落实，做到公平公正，不厚此薄彼，达到监督检查透明化，管理标准化，杜绝执行标准不一的问题，我们还制定了整改通知单，对发现的问题及时进行整改，从而使部分工作得到很大提升，而且我们还加大力度对干部在岗进行检查，从以前的每天两次增加到四至六次，使各部门管理人员有了自律意识。在迎宾方面我们要求各楼层管理人员在每天员工进店前，就要站在员工通道迎接员工进店，通过这种方式，管理人员的亲和力得到加强，使各级管理人员与员工之间距离更加接近。

四、卖场五大管，严格查场制度，对楼层提出查场重点。

在每日的查场中服务办值班经理做到“三勤”手勤、腿勤、嘴勤。对发现的问题及时与部门反馈沟通，并下发整改通知单，提出整改期限，并检查跟踪，使发现的各类问题能得到及时解决(但也有部分问题得不到落实，主要以硬件问题为主，我们通过查场通报进行跟进)，杜绝一面讲，一面不落实的工作被动局面。在20xx年前三季度服务办对卖场进行检查，共计发现处理各类员工违纪5823人次，公司平均违纪率%。其中大部分员工都是给予批评教育为主，只有少部分经常违纪的员工给予经济处罚，从而也体现了公司人性化管理，降低了以罚代管的被动局面。

五、值班经理业务技能及专业化水平的提升。

我们根据值班经理业务上存在的不足制定了系统的培训计划，定期进行商品知识及专业知识的培训，培训师由我部值班经理自行担任，用我们的弱项通过培训来补我们自己的弱项，比如我们部门有些同志不知道如何开展工作，那我就安排他们来讲“在工作时间如何有效的开展工作”，从而进一步提升了值班经理业务技能及处理顾客投诉水平，进一步完善自我监督、自我管理机制，前三季度度服务办内部共计各类培训近20余次。

**天猫客服年终个人总结简短篇二**

天猫客服就和实体店的员工类似，有一个人来为顾客讲解，解决问题这样的话肯定要比自动售货机的生意要好的。

1、天猫客服基本流程：

熟悉产品：了解产品相关信息。对于天猫客服来说，熟悉自己店铺产品是最基本的工作，以前在公司对于每一个新产品上市之前，都要开展相关的产品培训，天猫客服是联系店铺和客户之间的桥梁，一旦这个桥没搭好，也许你就永远失去了这个客户。对于产品的特征、功能、注意事项等要做到了如指掌，这样才能流利解答客户提出的各种关于产品的信息。

货号、尺寸、仓库库存、颜色、容量等信息

2、接待客户

作为导购客服来说，最好要热情、活变。一个优秀的天猫客服懂得如何接待好客户，同时还能引导消费者进行附带消费。对于那些讨价还价的客户，首先需要阐明一个店铺立场：宝贝的价格都是很低的，不好再还价了。如果客户非的纠缠在价格这个因素上，看情况决定是否接下这单生意，就算最终给客户优惠了，也要顺水推舟让客户觉的这个优惠来之不易，是店铺对他个人的特殊优惠。

问候语、顾客咨询回答、议价处理、发货到货时间等必要时电话联系。

3、货到付款的订单处理：

很多买家并不清楚货到付款的含义，直接选用货到付款，等收到货物的时候，一看价格比网站上贵一些，于是会认为你店铺是在欺骗他，拒收订单，如果只是拒收订单，你只是需要多支出一些快递费用，但是如果客户在心里认为你是在欺骗他的话，你失去的可能就是一群客户了，所以，对于天猫客服来说，一看到货到付款的订单，需要立即联系买家，告知货到付款的价格稍微要贵一点顺便确认顾客是否需要与顾客信息，如果买家同意发货到付款那就可以写单发货了，否则就需要重新下单。让天猫客服给客户打电话确认，虽然电话费是多支出了一些，但是事实情况证明：拒收率变得很低了。

4、客户评价：

交易完成之后，记得给客户写个评价，这是免费给店铺做广告的机会。

中差评处理，很多朋友被这个信誉度搞的欲哭无泪。中差评不是魔鬼，中差评不可怕，可怕的是不去处理。当发现有中差评的时候，赶紧跟客户沟通下，看看是什么情况导致的呢，客户不会无缘无故的给你中差评的，先了解情况，然后再来解决问题，晓之于理，动之于情，一般客户都会给你修改评价的，对于一些恶意评价来获得不当利益的买家，天猫客服就要注意收集信息了，以便为后面的投诉翻案收集证据。

作为天猫客服首先最重要的一点：感情。与顾客感同身受，在考虑到公司利益的情况下站在顾客的立场上想问题，给顾客最大化的满意程度。

然后就是一些常见问题常用语，比如：

问候：亲您好我是\_\_\_\_旗舰店客服\_\_很高兴为您服务。(玫瑰花表情)(首先让顾客感到他很受尊重)

催发货：亲实在不好意思我们最近的发货量比较大我们尽量当天发货最晚第二天发货(一个可怜的表情)(一般情况下顾客会答应的如果有特别急的顾客就马上写单子发了)淘巧好，好淘巧

快递：亲您好我帮您查询下您稍等类似让顾客等候下的问候语马上查询下，如果有问题打快递咨询(如果很忙让清闲一点的同事帮忙询问)之后回复顾客。

议价：亲我们的包包正在做限时促销已经是很大的折扣了所以不能再优惠/包邮了哦实在不好意思(一般情况下顾客也会接受有一定要优惠的顾客就视情况优惠一点满足顾客的心里平衡要求过分的顾客婉转回绝(亲不好意思哦这已经是我们的最低价了您看可以就拍下来不可以的话期待我们下次合作了抱歉。

售后：完全融入感情进去，感同身受一定能处理好!

学习经验

人多时不用着急，一个一个回复，对于比较棘手问题记录下来，并通知稍等，人少时处理。

问题大多都是议价催促发货询问到货时间查看物流信息，这些问题设置好快捷语回复，大多数顾客解释清楚以后便可以了，如果顾客很生气，打个电话过去，说明事情原由多说几句抱歉，态度诚恳些，一般也就不好再说什么了，最后记得提出解决办法，让顾客采纳。

售后问题一定态度热情，如果遇到很不讲道理的顾客，不要冲动，等到冷静下来想好办法再去处理，顾客既然来找你目的是找寻一个解决的事情的办法，使其心理没有受骗的感觉，打电话时顾客有话要说就让顾客先说，哪怕一句也没有听进去，解释清楚也是必要的让其理解一下，再道个歉，让其觉得有些不好意思，再提出解决办法协商。

答应了顾客的就一定要做到，要不就找借口推脱掉。

商品没有一百一的保证质量，保证顾客喜欢，问题是在顾客不喜欢货出现质量问题时处理好。

工作总结起来就是在公司和顾客之间寻求平衡，作为一位天猫客服时刻都要保持平常心。

**天猫客服年终个人总结简短篇三**

又到年尾了，在天猫\_商城的客服工作又过去了一年，下面对这一年的工作总结如下：

1、熟悉产品，了解产品相关信息。对于客服来说，熟悉自己店铺产品是最基本的工作，以前在公司对于每一个新产品上市之前，都要开展相关的产品培训，客服是联系店铺和客户之间的桥梁，一旦这个桥没搭好，也许你就永远失去了这个客户。对于产品的特征、功能、注意事项等要做到了如指掌，这样才能流利解答客户提出的各种关于产品的信息。

2、接待客户。前文如何招聘网店客服已经提过，作为导购客服来说，要热情、活变。一个优秀的客服懂得如何接待好客户，同时还能引导消费者进行附带消费。对于那些讨价还价的客户，首先需要阐明一个店铺立场：东东的价格都是很低的，不好再还价了。如果客户非的纠缠在价格这个因素上，看情况决定是否接下这单生意，就算最终给客户优惠了，也要顺水推舟让客户觉的这个优惠来之不易，是店铺对他个人的特殊优惠。在接待客户这个环节主要有2种途径实现，一是利用阿里旺旺、qq等即时通讯工具和客户进行沟通;另外一种则是接听客户打进来的电话。对于电话沟通，要求客户更具活变性，毕竟你无法像在旺旺上一样，拥有足够的时间进行思考。

3、查看宝贝数量。店铺页面上的库存跟实际库存是有出入的，所以客服需要到网店管家当中查看宝贝的实际库存量，这样才不会出现缺货发不了订单的情况。现在利用一款淘宝卖家专用的浏览器：网店奇兵，可以在页面上同步库存数据，非常的方便。

4、客户下单付款，跟客户核对收件信息。很多卖家朋友容易忽视这一点，虽然大部分客户在购买的时候，地址是正确的，但也有一部分客户因收件信息发生变动而忘记修改，做为一个买家来说，本人经常帮朋友买东西，有时候也会忘记修改成朋友的收件信息，所以在客户付款之后，记得跟你的客户核对一下收件信息，不仅可以降低你的损失，也可以让你的客户觉的你是在很用心的做事情。在核对客户信息的同时，还要提供店铺可以发的快递公司，询问客户喜欢发什么快递，毕竟每个快递公司在每个城市、每个区域的服务水平都是不一样的，根据客户的需求，一切以客户为中心，如果客户没有明确表示的，快递我们就默认发。

5、修改备注。有时候客户订单信息，或者是收件信息有变，那么作为客服来说，你就有义务将变动反馈出来，这样，制单的同事就知道这个订单信息有变动，一般情况下，默认用小红旗来备注，里面写上变动事由，修改人工号和修改时间，这样，变动情况就一目了然了，后面用网店管家做单的时候也能直接的抓取出来。

6、发货通知。货物发出去之后，用短信猫给客户发条信息，告诉包裹已经发出，也可以增加客户对你店铺的好感度。对于拍下商品未付款的客户，如果旺旺在线的客户，可以在下午的时候，给客户发个信息就说快到截单时间了，如果现在付款的话，今天就可以发货。这叫做“催单”，对于客户来说，有些客户可能下单后忘记付款了，然后慢慢就忘记这回事了，你稍微提醒一下，让他想起这回事，这样的话，等于你又多拉了一个客户。对于那些没打算购买，只是一时冲动拍下的客户，可以手动关闭订单，虽然淘宝系统到时候会自动关闭，方便其他同事工作，重复拍下的订单类似此法，关键要跟客户联系一下，问清楚购买意向。

7、货到付款的订单处理。淘宝网开通货到付款功能，对于卖家来说，是一个好事情，但是很多买家并不清楚货到付款的含义，直接选用货到付款，等收到货物的时候，一看价格比网站上贵一些，于是会认为你店铺是在欺骗他，拒收订单，如果只是拒收订单，你只是需要多支出一些快递费用，但是如果客户在心里认为你是在欺骗他的话，你失去的可能就是一群客户了，所以，对于客服来说，一看到货到付款的订单，需要立即联系买家，告知货到付款的价格稍微要贵一点。如果买家同意发货到付款那就可以通知制单的同事打单发货了，否则就需要重新下单。这一点本人深有感触，货到付款刚出来的时候，发现货到付款的拒收率很高，于是后来我们就让客服给客户打电话确认，虽然电话费是多支出了一些，但是实施情况证明：正常情况下非快递因素的拒收率为零。

8、客户评价。交易完成之后，记得给客户写个评价，这是免费给店铺做广告的机会。

9、中差评处理。很多朋友被这个信誉度搞的欲哭无泪。中差评不是魔鬼，中差评不可怕，可怕的是不去处理。当发现有中差评的时候，赶紧跟客户沟通下，看看是什么情况导致的呢，客户不会无缘无故的给你中差评的，先了解情况，然后再来解决问题，晓之于理，动之于情，一般客户都会给你修改评价的，对于一些恶意评价来获得不当利益的买家，客服就要注意收集信息了，以便为后面的投诉翻案收集证据。

10、相关软件的学习。比如前面说到的网店管家或者淘宝网店版这类的店铺管理工具，借助辅助工具，提高工作效率。

**天猫客服年终个人总结简短篇四**

20\_\_年在天猫客服工作以来，我总结出了不少经验，下面谈谈我对天猫客服工作的了解：

一个新的顾客需要花费大量的时间和精力才能促成交易，但是老顾客就不一样，因为他们了解我们的服务和产品，所以只要有他们满意的，那么他们不需要多询问，就会自助购物了。因此，维护老客户是我们的一项重要任务。淘宝网近几年的不断改版，也为卖家提供了很多新的功能，其中也注意到维护老客户的重要性，所以特别推出了软件给卖家实用，让卖家能轻松地利用淘宝工具联络买家并增加和买家的感情。

一、旺旺群发消息。

阿里旺旺不仅是买卖双方联系并交流问题的工具，也是卖家和买家联络感情的重要工具之一。利用阿里旺旺可以把买家们分组添加为联系人，也可以群发消息给买家，如果有新货到或者什么促销活动等信息，那么阿里旺旺的群发功能就可以迅速地通知买家们。

二、发送站内信。

通过站内信随时通知买家关于店铺的更新情况也是联络买家的方式。站内信是淘宝网类似于发送邮件的功能，我们可以通过站内信在特别的节日或者在买家生日当天送上祝福，这会让买家感受到我们的贴心，既增进了卖家和买家之间的感情，同时也会让买家一直支持我们的店铺。如果买卖双方都不愿意走近一步，那么双方之间可能仅仅保持纯粹的买卖关系。但是如果我们很热情，而且会努力亲近买家并和买家做朋友，那么相信双方会不只限于买卖关系，而且买家会一直支持我们的。

三、阿里网店版。

阿里网店版是卖家的好助手，三星以上等级的卖家便可以申请开通阿里网店版，网店版相对于普通版，有很多功能可以帮助卖家更好地管理店铺、整理宝贝和联络买家。通过客户页面可以查看买家的购买数量和金额等情况，有助于卖家跟买家的联系。面颊可以设置给予买家的优惠额度等，还可以查看买家的交易情况、交易比数和金额等。

四、手机短信。

手机是大多数人都使用的通信工具，手机也有群发功能，我们可以在平时积累买家的电话号码，把每个买家的名字和喜好以及生日等信息记录下来，然后在买家生日的时候送上一条祝福信息，或者在买家第二次购买的时候，根据买家的喜好来给买家发信息。相信贴心的服务，肯定会让顾客很感动，从而让他们成为店铺的忠实顾客。

**天猫客服年终个人总结简短篇五**

回顾入职以来，在对商城营运、推广都有得与失，以及工作中遇到不少的问题和困难。工作中也有对商品群体消费的错误判断。因此对工作进行总结。希望最后就是公司可以所能提供的帮助。

一、过去一年工作总结：

1、每月都能参考至少一次淘宝官方网站页面活动(如：淘金币、一淘专享)但终极的团购活动(聚划算)还要突破。

2、直通车、钻展的花费与控制不如理想，流量以及转化达不到如期中的效果。销量达不到与花费的成正比。

3、免费的流量只花时间在站内的优化(主页面，商品内页，标题优化，淘宝社区等)站外社区、论坛、微薄、博客等没有得到更好的推广与宣传。

4、主推广商品款式控制不好、道致一个款商品推广时间不能持续。并且对商品的库存量准备不够充份。

5、对老客户的回头率营销没有做到很好的会员系统，回头客再次购买的成交率下降。

6、集市店利用刷客不停提高信用以备更好投入商品的特价方式进行推广，促进商品的有所提升销售。

二、工作中所需要的提升：

1、要坚持主推广的2-5个款式，把库存量整理好，同时把消费人群分析。所推及中的方式，包括活动方法、花费方法。注：聚划算款式要与其它活动的款式区分。

2、天猫页面自设活动和营运要跟上淘宝内部的变化。商品主推款式详细页面要更好的突出商品的卖点在那?

3、销售量更好完成天猫最基本要求：

l 年销量60万与年服务费用6万

l 日均销售金额3000元。日均销售商品数30件

l 控制好每一成交金额的利润，把成本降到最低。

4、加强客服、售后人员的招募、培训、商品的普及知识。以及更好在售后中增强客户对商品的信心。更要合适去学习，在学习中进步。

5、活动消费群体要明确，更要与品牌的终端消费人群区分。

三、需要公司可以提供的帮助：

1、商品季节性要提前更新，天猫所主推商品款式与其它平台区分，库存量得到适应的配合。

2、尽量减少商品的退货率，换货率。在做好自身的工作上，也希望仓库同事能同事间相配合。

3、在合适或者成熟的条件下，直通车和钻展的推广费用适当增大投入。

4、制定奖罚制度、销售量达到的可以以奖金或者提成给予奖励，提高团队的积极性和团结心。

20xx年计划：

在过去一年总结后以及面对日益竞争越激烈的天猫平台市场。201x年首先要稳定原来的销售月金额和月销售笔数。然后再找出突破。具体作了以下二个重点计划：

一、商品消费人群，商品创新：消费人群把之前的上班一族、商务人士扩展向年轻、街头休闲时尚和百搭。因此商品希望可以创新。

二、日销量20-50笔，日销金额：20xx-8000元间，月销量300-800笔，月销金额：20xx0-150000元间。控制好成本以及利润之间的成交金额。

电商的成功。是一个团队间的相互合作，相互信任和相互配合。任何一个职位都很重要，因为这职位就像工厂生产链一样。当少了当中一个环节，商品就不是100%完美。

**天猫客服年终个人总结简短篇六**

x年前三个季度的工作已经结束了，在全体员工不懈努力与坚持下，基本完成了前三季度的工作任务。具体分以下几方面：

1、提升服务品质。

首先我们认为公司的服务品质要上台阶单靠我们服务办的跟踪检查是远远不够的，所以在年初我们就制定了楼层兼职值班经理，由个楼层主任级人员担任，和我们共同配合，对各楼层的员工日常行为规范进行检查，从而在卖场检查方面力量得到加强。在本年第二季度，服务办带领各商品部开展班组建设。以商品部各区域为单位，具体在顾客投诉，领班交接班、导购日常考核方面进行建设，实行卖场互查、部门自查，每周由服务办带队进行二至三次联合查场并根据结果下发查场整改通知单(参加人员由服务办人员、部门领班、主任、楼层值班经理)，现场管理逐级负责、分级管理(服务办公司级→各商品部部门级→班长级→店长—员工)，加大力度。

部门干部负责本部门的现场管理，有问题时可以及时处理，从员工接受和配合方面更有利于管理效果。建立店长培训制，进行销售跟进。第三季度服务办对全员的服务质量跟踪卡进行了更换，并建立了全员服务管理档案，对全年违纪的员工累计超过6次，我们将暂停员工的上岗资格，进行培训并重新办理入职手续，使全体员工树立危机意识，全面提升服务品质，从而营造最佳服务环境，截止目前为止累计更换下发服务质量跟踪卡4000余张，在店庆前我们还在员工中推出了我微笑、我引领的服务口号，并组织制作员工微笑服务牌并全员下发，全员佩戴，通过这样的方式使全体员工都微笑面对每一位顾客，为顾客留住国芳百盛的微笑。八月份为了更进一步的提升服务品质，树立员工服务意识，还推出服务明星候选人共44人，起到了以点带面的作用。

2、顾客投诉接待与处理。

在本年度我们多次利用部门例会或沟通会、专题培训等形式对楼层管理人员进行公司退换货规定、投诉处理技巧及精品案例分析培训，重点以规范自身接待形式、规范服务为主要工作目标，做到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、楼层接待及记录规范化，(服务办定期检查，对不规范的管理人员进行处罚)，在今年8月份公司安排我对一线领班的投诉技巧进行培训，我精心准备后，带出了顾客投诉处理艺术，并得到基层管理的好评，通过本次培训提高楼层基层管理人员处理投诉能力。

20xx年前三季度服务办全体共接待各类投诉371起完结率(质量类：224例，服务类:9例，综合类：131例，突发事件：7例)在突发事件处理方面，我们与保险公司又续签了投保协议——第三方责任险(保费共3000元，三店同保)，只要是在我公司发生的突发事件，均属于保险范围，从而为公司减低了损失。

3、人员管理检查范围全面化、制度化。

将二线和一线员工管理纳入同步轨道，进行日常监督和管理。依公司相关规章制度，一视同仁，严格落实，做到公平公正，不厚此薄彼，达到监督检查透明化，管理标准化，杜绝执行标准不一的问题，我们还制定了整改通知单，对发现的问题及时进行整改，从而使部分工作得到很大提升，而且我们还加大力度对干部在岗进行检查，从以前的每天两次增加到四至六次，使各部门管理人员有了自律意识。在迎宾方面我们要求各楼层管理人员在每天员工进店前，就要站在员工通道迎接员工进店，通过这种方式，管理人员的亲和力得到加强，使各级管理人员与员工之间距离更加接近。

4、卖场五大管，严格查场制度，对楼层提出查场重点。

在每日的查场中服务办值班经理做到“三勤”手勤、腿勤、嘴勤。对发现的问题及时与部门反馈沟通，并下发整改通知单，提出整改期限，并检查跟踪，使发现的各类问题能得到及时解决(但也有部分问题得不到落实，主要以硬件问题为主，我们通过查场通报进行跟进)，杜绝一面讲，一面不落实的工作被动局面。在20xx年前三季度服务办对卖场进行检查，共计发现处理各类员工违纪5823人次，公司平均违纪率%。其中大部分员工都是给予批评教育为主，只有少部分经常违纪的员工给予经济处罚，从而也体现了公司人性化管理，降低了以罚代管的被动局面。

5、值班经理业务技能及专业化水平的提升。

我们根据值班经理业务上存在的不足制定了系统的培训计划，定期进行商品知识及专业知识的培训，培训师由我部值班经理自行担任，用我们的弱项通过培训来补我们自己的弱项，比如我们部门有些同志不知道如何开展工作，那我就安排他们来讲“在工作时间如何有效的开展工作”，从而进一步提升了值班经理业务技能及处理顾客投诉水平，进一步完善自我监督、自我管理机制,前三季度度服务办内部共计各类培训近20余次。

6、白银店工作。

在具体工作中服务办按照公司统一安排配合，从人员招聘，培训等等方面进行，商业服务法规的课程由我主讲，累计20余课时，按时完成培训任务。其次我们还对服务台人员进行培训，转变服务观念。顾客需要的，就是我们要做的。时刻以顾客的满意度来处理问题，为顾客提供“尽如您意”的服务。对白银店服务办值班经理我们也是严格要求，

要求他们必须按照总店的管理水平去管理，虽然现在分店的管理和总店还有差距，但我们有信心把分店的管理抓上去。

7、积极配合公司完成各项工作

从参与者、执行者、策划者到组织者在公司各项大型活动中，处处都有服务办值班经理的身影，对公司提出的各项工作都能及时、全面、保质保量的完成，并取得了一定成效，受到公司领导和人力资源部领导的认可与肯定。

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。

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。

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

其次本人理解的售中是指客户下单成交到发货这一整个环节。售中包括检查货物，发货，物流跟进等。检查货物时本人一直坚持认真细心对待，否则顾客收到瑕疵货物时造成纠纷，给双方带来不必要的损失和麻烦。其次到发货，本人在半个月的工作中，在这一环节中犯了不少错误，具体在错发快递公司，错发颜，还有少发数上。这些都是个人的疏忽造成的。

**天猫客服年终个人总结简短篇七**

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，20xx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?

**天猫客服年终个人总结简短篇八**

又到年尾了，在天猫商城的客服工作又过去了一年，下面对这一年的工作总结如下：

1、熟悉产品，了解产品相关信息。对于客服来说，熟悉自己店铺产品是最基本的工作，以前在公司对于每一个新产品上市之前，都要开展相关的产品培训，客服是联系店铺和客户之间的桥梁，一旦这个桥没搭好，也许你就永远失去了这个客户。对于产品的特征、功能、注意事项等要做到了如指掌，这样才能流利解答客户提出的各种关于产品的信息。

2、接待客户。前文如何招聘网店客服已经提过，作为导购客服来说，要热情、活变。一个优秀的客服懂得如何接待好客户，同时还能引导消费者进行附带消费。对于那些讨价还价的客户，首先需要阐明一个店铺立场：东东的价格都是很低的，不好再还价了。如果客户非的纠缠在价格这个因素上，看情况决定是否接下这单生意，就算最终给客户优惠了，也要顺水推舟让客户觉的这个优惠来之不易，是店铺对他个人的特殊优惠。在接待客户这个环节主要有2种途径实现，一是利用阿里旺旺、qq等即时通讯工具和客户进行沟通;另外一种则是接听客户打进来的电话。对于电话沟通，要求客户更具活变性，毕竟你无法像在旺旺上一样，拥有足够的时间进行思考。

3、查看宝贝数量。店铺页面上的库存跟实际库存是有出入的，所以客服需要到网店管家当中查看宝贝的实际库存量，这样才不会出现缺货发不了订单的情况。现在利用一款淘宝卖家专用的浏览器：网店奇兵，可以在页面上同步库存数据，非常的方便。

4、客户下单付款，跟客户核对收件信息。很多卖家朋友容易忽视这一点，虽然大部分客户在购买的时候，地址是正确的，但也有一部分客户因收件信息发生变动而忘记修改，做为一个买家来说，本人经常帮朋友买东西，有时候也会忘记修改成朋友的收件信息，所以在客户付款之后，记得跟你的客户核对一下收件信息，不仅可以降低你的损失，也可以让你的客户觉的你是在很用心的做事情。在核对客户信息的同时，还要提供店铺可以发的快递公司，询问客户喜欢发什么快递，毕竟每个快递公司在每个城市、每个区域的服务水平都是不一样的，根据客户的需求，一切以客户为中心，如果客户没有明确表示的，快递我们就默认发。

5、修改备注。有时候客户订单信息，或者是收件信息有变，那么作为客服来说，你就有义务将变动反馈出来，这样，制单的同事就知道这个订单信息有变动，一般情况下，默认用小红旗来备注，里面写上变动事由，修改人工号和修改时间，这样，变动情况就一目了然了，后面用网店管家做单的时候也能直接的抓取出来。

6、发货通知。货物发出去之后，用短信猫给客户发条信息，告诉包裹已经发出，也可以增加客户对你店铺的好感度。对于拍下商品未付款的客户，如果旺旺在线的客户，可以在下午的时候，给客户发个信息就说快到截单时间了，如果现在付款的话，今天就可以发货。这叫做“催单”，对于客户来说，有些客户可能下单后忘记付款了，然后慢慢就忘记这回事了，你稍微提醒一下，让他想起这回事，这样的话，等于你又多拉了一个客户。对于那些没打算购买，只是一时冲动拍下的客户，可以手动关闭订单，虽然淘宝系统到时候会自动关闭，方便其他同事工作，重复拍下的订单类似此法，关键要跟客户联系一下，问清楚购买意向。

7、货到付款的订单处理。淘宝网开通货到付款功能，对于卖家来说，是一个好事情，但是很多买家并不清楚货到付款的含义，直接选用货到付款，等收到货物的时候，一看价格比网站上贵一些，于是会认为你店铺是在欺骗他，拒收订单，如果只是拒收订单，你只是需要多支出一些快递费用，但是如果客户在心里认为你是在欺骗他的话，你失去的可能就是一群客户了，所以，对于客服来说，一看到货到付款的订单，需要立即联系买家，告知货到付款的价格稍微要贵一点。如果买家同意发货到付款那就可以通知制单的同事打单发货了，否则就需要重新下单。这一点本人深有感触，货到付款刚出来的时候，发现货到付款的拒收率很高，于是后来我们就让客服给客户打电话确认，虽然电话费是多支出了一些，但是实施情况证明：正常情况下非快递因素的拒收率为零。

8、客户评价。交易完成之后，记得给客户写个评价，这是免费给店铺做广告的机会。

9、中差评处理。很多朋友被这个信誉度搞的欲哭无泪。中差评不是魔鬼，中差评不可怕，可怕的是不去处理。当发现有中差评的时候，赶紧跟客户沟通下，看看是什么情况导致的呢，客户不会无缘无故的给你中差评的，先了解情况，然后再来解决问题，晓之于理，动之于情，一般客户都会给你修改评价的，对于一些恶意评价来获得不当利益的买家，客服就要注意收集信息了，以便为后面的投诉翻案收集证据。

10、相关软件的学习。比如前面说到的网店管家或者淘宝网店版这类的店铺管理工具，借助辅助工具，提高工作效率。

**天猫客服年终个人总结简短篇九**

又到年尾了，在天猫商城的客服工作又过去了一年，下面对这一年的工作总结如下：

1、熟悉产品，了解产品相关信息。

对于客服来说，熟悉自己店铺产品是最基本的工作，以前在公司对于每一个新产品上市之前，都要开展相关的产品培训，客服是联系店铺和客户之间的桥梁，一旦这个桥没搭好，也许你就永远失去了这个客户。对于产品的特征、功能、注意事项等要做到了如指掌，这样才能流利解答客户提出的各种关于产品的信息。

2、接待客户。

前文如何招聘网店客服已经提过，作为导购客服来说，最好要热情、活变。一个优秀的客服懂得如何接待好客户，同时还能引导消费者进行附带消费。对于那些讨价还价的客户，首先需要阐明一个店铺立场：东东的价格都是很低的，不好再还价了。如果客户非的纠缠在价格这个因素上，看情况决定是否接下这单生意，就算最终给客户优惠了，也要顺水推舟让客户觉的这个优惠来之不易，是店铺对他个人的特殊优惠。

在接待客户这个环节主要有2种途径实现，一是利用阿里旺旺、qq等即时通讯工具和客户进行沟通;另外一种则是接听客户打进来的电话。对于电话沟通，要求客户更具活变性，毕竟你无法像在旺旺上一样，拥有足够的时间进行思考。

3、查看宝贝数量。

店铺页面上的库存跟实际库存是有出入的，所以客服需要到网店管家当中查看宝贝的实际库存量，这样才不会出现缺货发不了订单的情况。现在利用一款淘宝卖家专用的浏览器：网店奇兵，可以在页面上同步库存数据，非常的方便。

4、客户下单付款，跟客户核对收件信息。

很多卖家朋友容易忽视这一点，虽然大部分客户在购买的时候，地址是正确的，但也有一部分客户因收件信息发生变动而忘记修改，做为一个买家来说，本人经常帮朋友买东西，有时候也会忘记修改成朋友的收件信息，所以在客户付款之后，记得跟你的客户核对一下收件信息，不仅可以降低你的损失，也可以让你的客户觉的你是在很用心的做事情。在核对客户信息的同时，还要提供店铺可以发的快递公司，询问客户喜欢发什么快递，毕竟每个快递公司在每个城市、每个区域的服务水平都是不一样的，根据客户的需求，一切以客户为中心，如果客户没有明确表示的，快递我们就默认发。

5、修改备注。

有时候客户订单信息，或者是收件信息有变，那么作为客服来说，你就有义务将变动反馈出来，这样，制单的同事就知道这个订单信息有变动，一般情况下，默认用小红旗来备注，里面写上变动事由，修改人工号和修改时间，这样，变动情况就一目了然了，后面用网店管家做单的时候也能直接的抓取出来。

6、发货通知。

货物发出去之后，给客户发条信息，告诉包裹已经发出，也可以增加客户对你店铺的好感度。对于拍下商品未付款的客户，如果旺旺在线的客户，可以在下午的时候，给客户发个信息就说快到截单时间了，如果现在付款的话，今天就可以发货。这叫做“催单”，对于客户来说，有些客户可能下单后忘记付款了，然后慢慢就忘记这回事了，你稍微提醒一下，让他想起这回事，这样的话，等于你又多拉了一个客户。对于那些没打算购买，只是一时冲动拍下的客户，可以手动关闭订单，虽然淘宝系统到时候会自动关闭，方便其他同事工作，重复拍下的订单类似此法，关键要跟客户联系一下，问清楚购买意向。

7、货到付款的订单处理。

淘宝网开通货到付款功能，对于卖家来说，是一个好事情，但是很多买家并不清楚货到付款的含义，直接选用货到付款，等收到货物的时候，一看价格比网站上贵一些，于是会认为你店铺是在欺骗他，拒收订单，如果只是拒收订单，你只是需要多支出一些快递费用，但是如果客户在心里认为你是在欺骗他的话，你失去的可能就是一群客户了，所以，对于客服来说，一看到货到付款的订单，需要立即联系买家，告知货到付款的价格稍微要贵一点。

如果买家同意发货到付款那就可以通知制单的同事打单发货了，否则就需要重新下单。这一点本人深有感触，货到付款刚出来的时候，发现货到付款的拒收率很高，于是后来我们就让客服给客户打电话确认，虽然电话费是多支出了一些，但是实施情况证明：正常情况下非快递因素的拒收率为零。

8、客户评价。

交易完成之后，记得给客户写个评价，这是免费给店铺做广告的机会。

9、中差评处理。

很多朋友被这个信誉度搞的欲哭无泪。中差评不是魔鬼，中差评不可怕，可怕的是不去处理。当发现有中差评的时候，赶紧跟客户沟通下，看看是什么情况导致的呢，客户不会无缘无故的给你中差评的，先了解情况，然后再来解决问题，晓之于理，动之于情，一般客户都会给你修改评价的，对于一些恶意评价来获得不当利益的买家，客服就要注意收集信息了，以便为后面的投诉翻案收集证据。

10、相关软件的学习。

比如前面说到的网店管家或者淘宝网店版这类的店铺管理工具，借助辅助工具，提高工作效率。

**天猫客服年终个人总结简短篇十**

天猫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。

其次本人理解的售中是指客户下单成交到发货这一整个环节。售中包括检查货物，发货，物流跟进等。检查货物时本人一直坚持认真细心对待，否则顾客收到瑕疵货物时造成纠纷，给双方带来不必要的损失和麻烦。其次到发货，本人在半个月的工作中，在这一环节中犯了不少错误，具体在错发快递公司，错发颜，还有少发数上。这些都是个人的疏忽造成的。由于是第一次接触这样的问题，本人没有做到采取适当的措施去补救，给公司还有领导造成了不必要的麻烦和经济上的损失，本人深表歉意。通过经历这些问题，本人学会了在错误犯下后，在保证公司利益的前提下，必须去积极想办法尽量补救，把损失降到最低，而不是束手无策坐以待毙。同时本人也总结到可以通过以下方法去避免此类错误的再次发生：

a.在工作中必须保持高度认真专心的态度，做事不分心。

b.发货时首先查看有无备注内容。

c.查看顾客拍下的宝贝图片及颜色是否对应文字属性描述的内容

d.在发货与物流页面确认买家有没有留言等

e.在发货页面第一步信息栏内再次确认客人拍下的宝贝数量颜色，及有无留言等信息，最后确认打包发货。

通过以上几种途径综合起来可以有效避免相关错误的发生。

在退货中，如何与客户做好沟通，充分照顾亲们的感受，让亲们心平气和的和我们谈，把问题解决，并且杜绝有损我们公司形象的事情的发生，又要做到如何维护公司的利益把损失降到最低是我们必须努力做到。

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