

企业售后工作计划（精选3篇）

篇1：企业售后工作计划

一、总结上半年工作，因前台接待人员及机修人员的专业常识不够专业和普遍，处事细节有所欠缺，在与客户接触时，他们有时无法供给顾客所需要的处事，甚至让顾客发生不信赖感。所以我们需继续增强对前台接待人员及机修人员的专业常识培训，提高营业能力，增强手艺水平；在处事过程中，处事人员应做到换位思虑，替客户着想，为顾客供给其实的处事，向顾客提出培植性的建议，使我们的处事能够让客户加倍对劲。

二、以往我们售后因前台及车间的各项尺度流程不是十分到位，且工作人员面临工作时并不是十分细心，致使在一些可避免的工作细节上犯错误，故不才半年我们需增强打点人员、职工对工作的责任心，让职工知道今朝企业现状和未来规划，及市场和未来走势，让他们意识到自己的不变工作和收入公司的的企业成长是直接挂勾，从而使得员工们由被动变自动。从此刻的处事行业来看，公司想持久不变的成长，处事是重中之重。前台接待是别克售后对外窗口，前台接待人员的一举一动，代表着别克售后部的形象，所以我们必为别克售后部甚至企业树立精采形象，在客户心目中获得认可，这样我们企业才能继续成长壮年夜下去。

三、从营销策略上，上半年别克售后部在忠诚客户维系上有所不足，客户在不竭新增时也有着必然量的流失踪，所以下半年我们必需培育和维护一批持久不变与我们合作的老客户，成长新的忠诚客户。我们会从日常工作中给这些客户真正的关心，当然赐顾帮衬是建立在互惠互利的基本上，只有这样我们在市场好与坏的时辰，我们都能渡过，让这部食客户始终跟着我们走，真正做到“比你更关心你”。

四、价钱合理化。价钱的凹凸也是摆布客户进厂的主要身分之一，而为客户供给更优质的处事和合理的价钱，而且不时时刻刻从客户的角度出发拟定合理的维修方案，从而为客户省钱，进而超越客户期望值。

五、在今朝市场情形下，各企业都处于微利或赔钱的状况下，这就需要我们企业每一名打点人员、员工节支降耗，为企业节约每一分钱，做为别克售后应从招待费、日常工作浸染品等方面中进行节约。

六、增强5S打点，坚持对机械设备的按期维护，实时发现损坏或无法正常运作的设备并进行修理，从而提高车间的整体运作效率，降低成本。

七、面临上海通用对我司的明察暗访，我们应全力打造一支上下团结，协调有凝聚力的团队。遇事巨匠必需心往一处想，劲往一处使，我们配合设法子、拿法子，解决问题，渡过难关。

最后请公司列位率领安心，别克售后部必然确保全年的工作使命，争夺超额完成20__年公司下达的工作使命。

篇2：企业售后工作计划

一、指导思想

1、作为与客户后续沟通的主要渠道，客服部扮演着重要的角色。包括客户数据收集，服务产品监查，客户关系的维系都是客户服务的工作。以“客户为中心”为宗旨，以“客户满意度”为目标，努力做好客户服务的工作；树立精品服务形象，提高售后服务管理水平，建立专业化队伍，将售后服务提高到一个新的高度和水平。

2、围绕公司20__年产销15万台目标需要很好的服务支持，公司需要打造一支吃得了苦充满活力的年轻化、知识化、专业化团队，需要一套管理这个团队的行之有效的管理制度和考核制度，要充分发挥服务人员身处市场第一线的优势，收集行业内先进的技术信息和潜在的客户需求信息，要及时反馈外部质量信息和多提合理化建议，要塑造良好的“窗口”形象，要牢固树立“服务营销”的理念。

二、部门总体工作思路

按照工作目标的要求以及最优化、可量化、可考核的原则：

- 1、延伸服务功能，做到售前、售中、售后、信息反馈的全方位服务。
- 2、缩短服务流程，避免多头服务，实现“来电一拨就通，一通就服务到底”的一站式服务。
- 3、加强团队建设，提高服务人员整体素质，全面改善服务形象。
- 4、根据产品销量及分布区域，逐步增加巡回服务人员数量，缩短服务到场时间。
- 5、加强客户档案管理和利用，提高回访频率，坚定用户再次购买信心。
- 6、认真贯彻执行公司方针，是售后工作的必须，对以往的成果要加以保持，在服务体系运作过程中发现的矛盾以公司目标为准。
- 7、服务体系素质建设，坚决推行服务有关管理制度，为内外部服务人员的工作建立细化的指标，除现有考核内容外，增补月度工作总结、服务过程记录等，实施内部培训。

三、工作目标

- 1、保修期内客户回访率为100%。
- 2、服务满意率98%以上。

3、配件出货正确率为98%以上。

四、人员要求

- 1、人员编制的完善；随着客服工作的开展，部门人员配备需要完善。
- 2、完善客服内部流程，管理培训，及相关管理制度；包括客服部主要内容的描述；客服中心员工守则；客服岗位职责；回访制度；客户抱怨/投诉制度的制定与实施。

五、客户信息管理

- 1、客户资料的管理：客户资料要求按地区详细登记每个客户的完整资料，并做好日常维护工作，与销售部保持良好沟通，对客户地址、电话、负责人等有变更的要及时更改；配件供应厂商的信息要保证准确，以方便公司及客户处售后工作的处理。
- 2、用户信息的管理：客户反回的售后回执单，全部录入系统，方便查找和统计、分析等。
- 3、产品质量信息的管理：收集客户反馈回的各种产品方面的投诉，做好分类、整理、分析工作，及时的交公司相关部门处理。
- 4、配件质量信息的管理：售后仓库要做好配件质量信息的反馈工作，针对重要零件如：电机、控制器、后桥、差速器、车架、前减震、轮辋焊合等做好数据监控，及时将异常信息分类、整理、分析，并报品质检验部以防批量事故的发生。

六、加强客户的培训、监控工作

- 1、由巡回服务人员对其负责区域内维修技能不高或新开发经销商的售后能力进行评估，现场进行技术指导或定期组织到公司进行培训，提高维修技能，增强产品专业知识；对公司新产品、新技术要与客户及时进行沟通并详细讲解。
- 2、针对售后服务做的好的客户；引导并帮助客户建立独立的售后服务店，独立解决区域内所售车辆的维修，配件更换等售后问题。
- 3、加强对客户售后服务工作的监督检查，不符合公司规定的要进行纠正指导，发现严重违规行为的要及时反映到客服部，根据《经销商合同书》相关规定进行相应处分。

七、投诉管理

在服务过程中出现的客户投诉，应及时向上级领导反映，并详细记录实际情况。并整理及时交于上级领导等待处理；并严格按照客户投诉处理流程操作。应并协助各部门做好投诉处理，待事件处理完毕时，整理投诉单和各项处理文件归档备案。

八、客服人员培训

随着新技术不断应用，产品更新换代周期缩短及客户期望值的提高，客户服务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，对接待客户要注重产品基本知识和实践操作相结合，特别是实际接待能力的考核。巡回服务人员注重操作技能、常规故障排除能力和沟通技巧方面的培训，提高员工的整体战斗力。

九、团队建设

坚持以公平、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，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

十、弱项完善

1、日结周报，信息共享

每周将回访结果、客户反映情况以书面形式发馈给相关部门，便于及时掌握客户动态。利用质量周会时间，全面总结客户意见及反馈，总结当周服务质量，并分门别类制定相关的整改措施，并重点检查整改措施的执行情况。

2、各部门多方位合作，降低客户投诉

在接到客户投诉，或者在公司内部回访过程中发现的客户不满意时，客服部以书面形式通知相关部门和人员。并且由客服部专人根据部门解决情况再次与客户联系，确认客户满意程度。

篇3：企业售后工作计划

一、售后总体目标

“ 优化管理，稳步发展。 ”

20__年我们的成绩有目共睹，虽然遭遇__限牌政策的遇冷，但是我们的售后业绩仍然保持强劲的势头，我相信服务就是怎么样用最合适的方式去为客户解决问题，以活动应有的回报，“工欲善其事必先利其器”，为了更好面对客户问题，要求我们从实际出发，提出问题的解决方法，最终服务于公司的管理和运营目标。建议新一年工作可以从以下几个方面着手：

（一）完善售后团队建设。拥有坚实的团队，才能够更好的面对客户带来的各种需要处理的问题，明确各部门工作职责，消除管理职责的模糊概念，明确划分各部，各岗位

的应尽的职责，服务于整体。

(二) 加强售后服务流程日常管理。服务流程是售后服务重要的一项内容，关系我们的业务水平以及客户满意度和4S店对外专业度，整体上应该要去严格执行流程，把按照流程作为一种行为习惯，高标准，高要去，用行为去改变售后服务方式，争取改变一个新的面貌。对于车间维修作业，除了技术之外要注重与前台工作人员的沟通，尤其注意维修之前，维修过程中，维修完工之后三个阶段主要问题的沟通，把问题具体化，把故障清晰化。

(三) 加强培养业务人员技术水平的提高。前台要继续加强接车流程的培训之外，还要不断强化接车技巧，尤其对于疑难问题的解决和分析，为服务于前台工作，可以不定期从配件或者车间选派人员为

前台人员交流或者知识讲座，针对常见问题，各个攻破，一方面熟练了员工的业务能力，而来促进内部的合作和交流，让我们的内部沟通更加顺畅。对于车间技术人员，通过培训，日常集体学习，探讨提高分析问题解决问题的能力，关系到我们4S店整体的对外技术形象，汽车技术的不断提高和更新，逆水行舟不进则退，要有一种与时俱进的精神。

(四) 着重车间细节问题的监督和管理。好的团队离不开有效的监督和管理，尤其是监督前台和维修车间的工作环节，保证和实现服务站“6s”的工作要求，注重协调工作中可能出现的情形，如维修挑单，洗车清洁不够，工作人员不配合等，严惩分明，敢于奖惩，维护服务秩序和管理规范。对团队的建设注重公平，公正，公开的原则，坚持团队利益最大化，保障个人利益最大化，实行考核和激励相结合的制度，努力营造浓厚的工作氛围，提升部门的凝聚力和整体战斗力。

(五) 促进与集团或其它公司部门的合作。以更加开放的胸襟，以营利为宗旨，服务于整体大局，争取集团公司间的协作，尤其是在客户索赔，备件方面同其他兄弟同行公司进行资源共享，促进良性竞争，此外加强对外交流，扩大保险方面业绩的提升，打开市场，合理利用浪费，服务于公司整体战斗力。

二、售后经营发展目标

1.人员定编。

2.产值计划。

(一) 营业指标。

1.实现售后总营业额XX万。其中保险理赔不少于XX万，车间维修及索赔不少于XX万。

2.实现客户满意度CSI全年至少XX%以上。

3.基盘客户数XX人。

4.日接车台次X台/天，月接车XX台/月.维修平均单车产值实现XX元/台，保险平均单车产值XX元/台。

5.车辆返修率低于X%。

6.开展风行汽车讲堂不少于X次。

7.保修索赔通过率不小于X%。

8.关于有针对性专业技术问题的学习讲座不少于X次。

9.年度纯正配件采购不少于XX万，基本库存达到标准要求。配件营销指标达到X万。

10.精品销售达到X万以上，基本精品配件库存达到X万以上。

(二) 管理指标。

1) 主要为加强各部门培训工作。除了各部门自行开展的培训工作，

部门之间可以交叉提供基础性内部培训工作，有利于部门间的沟通和协作。如配件或者车间可向前台人员一起交流配件或者汽车维修方面的常见的技术问题，或者交流工作中出现的各种问题，其中前台接车人员业务技巧培训不少于四次。专业技术基础知识培训不少于2次，车间维修技术培训不少于6次全年，对于疑难技术问题的探讨学结性活动不少于3次。

2) 开展部门内部活动不少于三次，通过集体活动，增强部门活力，提升集体凝聚力。

3) 提出内部激励措施用于业绩，客户满意度，员工关怀方面的提升。

(三) 前台改善计划.

20__年需要落实售后服务细节和接车的技能技巧提升工作。

1.联系忠诚客户，吸引新客户，维护好客户关系，随着区域保有量的增加和工作的不断深化，把业务做精，做强，做大，提高客户满意度，减少客源的流失，特别是忠诚客户的流失，显的尤为重要，可根据客户回厂次数，客户的品质作为客户忠诚度的评价指标，找出我们的忠诚客户作为我们的重点维护对象。

2.注重对流失客户回访及分析，服务顾问要找出客户流失的内在原因及提出改进措施，只有不断总结，自身才能不断进步。

3.加强前台人员培训。业务上强化对于接车流程，疑难技术问题的处理分析，管理上强化前台管理的协调沟通能力，内部人员提倡积极的“批评和自我批评”，创造良好的工作气氛。

4.促进精品的销售力度。给与精品推销人员一定的销售权限，提高灵活度，对各类精品和养护产品有列入规范保养的项目的，可根据每次活动的主题对相应的养护用品价格做适当的折价；培养客户的消费习惯和培养业务人员的推销意识，制定完善合理的精品推销方案，提出有效激励，促进精品销售。

5.加强公司部门的沟通，维护公司日常正常秩序，明确售后各部门工作职责，充分让其认识自身的责任，为公司的发展作出努力，对于消极思想，消极行为要采用合理的方式解决，充分给与纠正，解决为主，考核为辅，奖惩分明。

(四).保险改善计划：

保险理赔是售后的重点业务，其钣喷业务产值可以占产值的30%以上，现在维修市场竞争很激烈，不但是其它4S店之间竞争，社会上很多综合维修厂都在争夺我们的飘移客户，所以我们应该加强服务力和超质服务。

为了保险业务的提升，要完成此项指标：A.加大续保力度；B.提高理赔单车产值，C强化客户满意度。可以从以下几个方面入手：

评估现有续保资源。对服务站现有投保续保实力进行重新评估，从根本上得到认识发展的基础。基本实现续保平均万/月的任务目标，为售后营业额全年可贡献万左右。

多元化保险销售渠道。鼓励新车投保，鼓励售前转介绍，售后人员参与续保活动，并由公司给予相应奖励方案。定期集中上报财务核算。

主动挖掘客户：匹配相应的专职续保人员，给与有效的激励方案，挖掘现有的客户资源，进行跟踪回访，最大程度吸引我处续保。通过保险系统，有针对性开发客户资源。有内到外，从本点客户资源入手，整理尤其是20___.6至今的客户资源注意整理，对于购车时间在20___.2-20___.6月及的海珠区的客户重点跟踪回访。其三就是整理海珠区意外曾来本店购车或者维修的客户名单。

针对保险客户继续给予适当优惠原则。保养券和打折优惠可以选择项.实现买保险送保养或工时，或者买保险送油米活动，可效仿竞争对手，薄利多销，重点放在保险理赔工作至上。

.强化接车流程，尤其对于车辆细节问题的把握处理能力。要求服务顾问不断总结自身所存在的问题，提出改善措施，增强自身的接车水平。

.提高维修进度，匹配相应的维修人员，保证出厂效率。

三、客服改善计划

- 1) 忠诚客户的维护，提升客服人员回访技巧及灵活高效好、快速处理问题的能力，增强客户对客服人员的信赖。
- 2) 监督促进前台SA对客户的回访并给与及时反馈和补救措施，对客人的不满情绪消除，提高客人满意度和诚信度。
- 3) 指定完善的部门工作流程，岗位职责具体到个人，如客户部门每月做好新车首保的统计工作，续保，店内活动的统计，文档的整理工作。
- 4) 关于SA的客户满意度，及时发现问题，解决问题，维护公司利益。