

# 客户到访登记表 客户工作计划(大全8篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。我们该怎么拟定计划呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 客户到访登记表 客户工作计划篇一

20xx年，强化执行将是业务转型的主旋律。做为客户经理我们必须要强化客户导向，树立品牌意识，全方位为用户供给网络平台、应用开发、系统集成的服务；加大“我的e家”“世界通”等新业务的推广。用转型业务，拉动全年区域内预算任务，完成公司领导下发的各项硬性指标任务。在客户经理的奖金考核办法上结合公司考核指标，做到能者多劳，杜绝“大锅饭”现象；加大kpi考核，让每位客户经理都有职责感、使命感，因为我们是中国电信的员工或受聘于中国电信的员工。所以，我们必须这样要求。

客户经理计划应有条不紊地开展，既是客户关系管理的重点，也是网络建设发展的需要，更是客户经理提高综合素质，实现既定客户经理计划、目标的重要途径。所以，如何有客户经理计划地开展经营工作是当前每个客户经理、也是网络建设中的一个重要课题，结合卷烟商品营销知识的学习，本人认为应当侧重从指标分解，细化市场着手开展有客户经理计划地工作。

当前开展的客户经理计划工作制，就是围绕经营销售有客户经理计划地开展工作，其中心就是目标细化，制定销售任务的分解客户经理计划。作为客户经理，首先应在每月的月末、月初认真回顾本月的经营销售业绩，找出成功的经验、失败的因素，异常是在主观上查找原因，进行客观分析，予以总

结、归纳。并在下月的客户经理计划工作中，予以改善，运用营销观念，克服消极因素，发扬进取的、正确的因素，扬长避短，不断促进经营工作走向新局面；其次，对于市场的变化，要密切注意动向，从中观的角度看待市场季节变化、环境影响、消费需求。从微观的角度掌握顾客消费心理、消费结构和消费水平的变化，注意全面把握；最终，应当从烟草公司可供货源、品种与市场需求结合看待市场的满足状况与存在的需求，包括潜在的需求，进取予以发掘、引导。全方位、多层次促进销售，从而将每月工作目标、销售客户经理计划分解与市场状况、实际经营有效结合起来，促进有客户经理计划地工作的合理开展、落实。

有客户经理计划地开展工作，重在任务分解、市场细化，关键在落实。学习《卷烟商品基础知识》的人都明白这样一个概念：市场=人口+购买力+购买欲望，换言之，市场等于顾客。因为顾客本身就具备了市场的三要素，既具备了人口的条件，又具备了购买力和购买欲望。据此，我们断言：市场就是顾客（群体），顾客就是市场，顾客就是最基本的市场，也就是我们划分的基础市场，更是必须牢牢掌握的基础的市场。作为客户经理应当将任务分解、市场细化与辖区消费环境、消费群体甚至是终端顾客等综合情景结合起来研究。经过每一天销售情景总结、数据分析，结合市场信息融会贯通地运用营销理念，进行深层次地分析、汇总，对客户现状、可能出现的变化、以后的发展前途，都要有准确的确定和预测。并能够采取针对性措施，调整相应的营销策略和服务方式，发挥营销功效，引导消费。经过经营户牢牢抓住终端顾客，努力促进销售、提高结构。最终，分解、落实并完成工作客户经理计划，实现经营工作目标。

作为一名卷烟销售人员，如果没有工作客户经理计划和基本目标，是永远不可能到达胜利的彼岸的。每个人，每一项事业都应当有基本目标、工作客户经理计划和必胜信念，而不少人往往是做一天和尚撞一天钟，目标模糊，那么如何到达目标、实现客户经理计划自然是心中无数了。

一位成功的销售人员介绍经验时说：我的秘诀是把目标数表贴在床头，每一天起床就寝时都要把今日的完成量和明天的目标量记录下来，提醒自我朝目标奋斗。由此可见“有志者事竟成”，只要肯下功夫，任何客户经理计划和目标都能经过努力得以实现。

## 客户到访登记表 客户工作计划篇二

作为一名客户经理，如果没有工作计划和基本目标，是永远不可能到达胜利的彼岸的。每个人，每一项事业都应当有基本目标、工作计划和必胜信念，而不少人往往是做一天和尚撞一天钟，目标模糊，现对20xx年的工作做个具体的工作计划。

一位成功的销售人员介绍经验时说：我的秘诀是把目标数表贴在床头，每一天起床就寝时都要把今日的完成量和明天的目标量记录下来，提醒自我朝目标奋斗。由此可见“有志者事竟成”，只要肯下功夫，任何客户经理计划和目标都能经过努力得以实现。

20xx年我制定了以下的计划：

- 1、每周要增加2个以上的新客户，还要有2到4个潜在客户。
- 2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。
- 3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作有可能不会丢失这个客户。
- 4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一向有交流的。
- 5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，

与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理必须要尽全力帮忙他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是十分重要的。要经常对自我说你是的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自我的贡献。可是现实来说，我目前还是有着很多的不足之处需要我来解决的，我相信自我能够有着更好的发展，可是前景才是最重要的，我相信自我能够做到，这是我应当做好的。以后的道路上，我会走的更远，因为我的人生旅途才刚刚开始，我相信自我会做的更好！

## **客户到访登记表 客户工作计划篇三**

建立走访客户制度，旨在进一步加强与客户之间的交流和沟通，为客户提供更优质的服务，向社会展示邮政部门崭新的形象和高层次的服务水平。为了把走访工作做实，不流于形式，明年将把这项工作作为制度纳入服务规范。走访客户时，走访人需详细填写《客户走访日志》，每月末交负责人核实处理情况，并填写意见。在走访过程中，注重与客户开展面对面交流，积极倾听客户的意见和建议，把握客户需求的新导向，切实为改进服务收集材料和依据为下一步开展营销获

取第一手资料，以此增强营销的针对性和提高营销效果。

## 2、积极推行客户经理制，规范大客户开发与管理流程。

在过去一年走访客户过程中遇到一些问题，比如，由于走访人之间缺乏交流和沟通，出现被走访人的重叠性，客户的难点问题以及意见、建议的处理没有得到很好监督，等等。为此实行走访人督办制度，即遵循“谁走访谁督办”的原则，如由于客观原因不能当场答复的，或不属于本部门职责范围的问题应向客户说明原因并详细记录下被访用户的资料、用邮困难以及对方提出的意见建议，送交相关专业局处理，并协调督促实施，事后将处理结果告知客户；负责人负责对《记录表》的收集整理工作，每季度以报表的形式将走访结果报相关领导，并对近期走访工作进行梳理，并对客户意见建议的处理结果进行分析、评议。

## 3、对大客户实行分级管理，开发统一版本的客户关系管理系统

为了不断地深化、优化服务质量，大客户中心将从多方面着手改善、提高服务质量，以满足大客户的要求。首先实行客户经理负责制，并对大客户实施分级管理制度，强调服务的时效性、及时性，以制度化保证客户服务工作得以顺利进行。同时开发统一版本的客户关系管理系统，在走访客户时关注企业、客户动态，了解新年新动向和搜集信息，以保证时时更新大客户档案，为下一步开展营销获取第一手资料，以此增强营销的针对性和提高营销效果，有助于提高运行效率，降低运营成本，限度地减少内耗，实现客户资源的共享。

客户经理是企业与客户之间的桥梁和纽带，客户经理能否对客户提供“标准化、个性化、超值化”服务，直接影响客户对企业的“信任度、满意度、忠诚度”。大客户中心将把握机会，创造条件，致力于客户经理整体素质的提高。

1、强化邮政业务学习，提高业务素质作为客户经理，首先必须对邮政业务有着深刻的了解。大客户中心将定期组织学习邮政业务，以成长为可以随时接受公司指令与大客户进行业务谈判的营销专家为目标，积极参加各专业局的业务讲座，并与各专业局保持高度沟通，不断提高自身业务素质。

## 2、美化言行举止，提升客户经理形象

客户经理不仅要有强烈的事业心、高度的责任感和高尚的职业道德，其一言一行还代表着邮政企业的整体形象，工作效率、服务质量和个人素质直接影响着客户对邮政企业的认知。为此，在新的一年里，我们将系统提升客户经理商务礼仪和沟通技巧，进一步美化客户经理的言行举止、提升客户经理形象，有助于赢得客户对邮政企业的好感，从而有利于营销工作的顺利开展。

## 3、丰富营销知识体系，提高营销水平

为了进一步提高营销水平，大客户中心将创造条件通过远程培训、优秀营销书籍等途径获得专业化销售流程的知识与技能，丰富营销知识体系，增强拜访与服务客户的能力、提升工作信心与客户服务的满意度。

通过学习，旨在对邮政业务有全面的了解，对市场营销和大客户管理也有更深刻的认识，培养客户经理的服务营销意识，同时开阔事业，提高觉悟，使客户经理认识到营销不仅要通过优质的服务让客户满意，而且要通过积极有效的客户关系管理培养客户的忠诚，并掌握培养客户忠诚的方法和技巧，为今后的工作打下了坚实的基础。

1、带着一颗“爱心”去工作。保持良好的礼节礼貌，要从服务他人的角度出发，让客户觉得你是真心地关心他，缩短经纪人与客户之间的距离，对客户思想形成正确的引导。

2、做好宣传，严格执行公司的服务规范，做好来电咨询和新客户的预约开户工作。定期联络客户做好客户的维护工作。

3、做好沟通汇报，工作无小事，对重要事项做好记录并传达给公司相关负责人员，做到不遗漏、不延误。

在认真工作的同时，我也会努力提高自己的自身素质。不断提升职业道德，掌握证券从业规律，拓展证券知识，提高自己的证券业务水平。

1、多学习、学习先进的证券业务理论，学习公司同事的宝贵经验，学习专业知识。

2、多琢磨、以便构建良好的客户关系。证券经纪人只有与客户之间相处得融洽，相处得愉快，才能更好更深入的完成任务!

3、多反思、多总结。自我反思是提高业务素质的基本途径。对于自己证券从业工作中的成功或失败，要及时总结，不断为自己今后的工作积累经验。从而不断进步，自己超越自己。

在以后的日子中。我将勇于进取，不断创新，努力完成公司分配的工作和任务，争取取得更大的进步!望公司领导 and 同事多多帮忙和指正。

那同样是家族企业，同样是“给自己干”的制度，为何有的干得好，有的干得差?郭凡生认为，家族企业的制度主要包括两个方面，一个是激励制度，它体现财富的分配规则，在经济学里，就是“为谁干”的问题。激励制度做得好，人们就愿意努力干。二是管理制度，主要解决“生产什么”和“怎么生产”的问题，体现财富生产的效率规则。

激励制度的核心是调动人的积极性，管理制度的核心是使激励制度调动起的干劲科学化、高效率。

没有合理的激励制度，再好的管理制度也没有意义，但仅有好的激励制度，管理制度不科学，企业也很难成功。

激励制度鼓励人们努力工作，激发人们心中向善的东西，主要是为大好人制定的，它使大好人工作更努力、更有创造性和自主性。

而管理制度则是假设人都是自私的，从管理“坏人”的角度入手，它使坏人干不了坏事，被迫不断去干好事，长此以往把坏人变成大好人。

在管住坏人的同时，也使大好人不至于在利益的诱惑下去干坏事，成为更好的人。因此，激励制度增加了大好人，管理制度减少了坏人。

如果都像上面所说的，我相信没有干不好的工作。没有完不成的任务。

## 客户到访登记表 客户工作计划篇四

个人的发展要讲长远的职业规划，对于我们这样一个不断发展壮大、人员不断增加的公司来说，冯总让我们写这个计划显得尤为迫切，有了工作计划，我们不需要在等上级主管的吩咐，工作效率自然就提高了。

上个月刚接触到这个行业，在客户的问题上还会走不少弯路，那是因为我对这个行业还不太熟悉。但我相信我有这个能力学好、做好。

第一：对自己要有严格的要求

1. 自信是非常重要的，要经常对自己说自己是最好的，不要给自己乱贴标签，拥有健康、乐观积极的工作态度。

2. 和公司的同事要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨。
3. 每周要增加新客户，还要有潜在客户。
5. 对所有的客户工作态度都要一样，但也不能低三下四，给客户好印象，为公司树立更好的形象。
6. 客户遇到问题时，不能置之不理，一定要尽全力帮助他们解决，要先做人在做生意，让客户相信我们的工作能力。
7. 冯总下的销售任务要尽量完成，为公司创造利润。

第二：对于固定客户，要经常保持联系，稳定好客户关系。

第三：在拥有固定客户的同时，还要不断从各种媒体获得潜在的客户信息。

第四：在工作计划执行过程中，做为营业部经理要经常跟踪检查执行情况和进度。发现问题时，就地解决并继续前进，应为中层干部既是管理人员，同时也还是执行人员。

最后我要感谢冯总给我这个平台和机会，让我学习并学以致用，为公司做出最大贡献。

## **客户到访登记表 客户工作计划篇五**

在年初我已经制定了自己的工作计划，虽然不是做的很好但是我已经尽力了。

在2月我会更加的努力 所以我制定了以下的计划：

- 1: 每周要增加2个以上的新客户，还要有2到4个潜在客户。

2: 一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3: 见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作有可能不会丢失这个客户。

4: 对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。

在有些问题上你和客户是一直有交流的。

5: 要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6: 对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。

7: 客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。

要先做人再做生意，让客户相信我们的工作能力，才能更好的完成任务。

8: 自信是非常重要的。

要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。

拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9: 和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10: 为了这月的销售任务每月我要努力完成1到2万元的销售额，为公司创造 利润客户经理。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。

为公司做出自己最大的贡献。

不过现实来说，我目前还是有着很多的不足之处需要我来解决的，我相信自己能够有着更好的发展，不过前景才是最重要的，我相信自己能够做到最好，这是我应该做好的。

以后的道路上，我会走的更远，因为我的人生旅途才刚刚开始，我相信自己会做的更好！

## 一、加强客户管理，优化服务流程

### 1、走访客户制度化，增进沟通促进共赢

建立走访客户制度，旨在进一步加强与客户之间的交流和沟通，为客户提供更优质的服务，向社会展示邮政部门崭新的形象和高层次的服务水平。

为了把走访工作做实，不流于形式，明年将把这项工作作为制度纳入服务规范。

走访客户时，走访人需详细填写《客户走访日志》，每月末交负责人核实处理情况，并填写意见。

在走访过程中，注重与客户开展面对面交流，积极倾听客户的意见和建议，把握客户需求的新导向，切实为改进服务收集材料和依据为下一步开展营销获取第一手资料，以此增强营销的针对性和提高营销效果。

### 2、积极推行客户经理制，规范大客户开发与管理流程。

在过去一年走访客户过程中遇到一些问题，比如，由于走访人之间缺乏交流和沟通，出现被走访人的重叠性，客户的难点问题以及意见、建议的处理没有得到很好监督，等等。

为此实行走访人督办制度，即遵循“谁走访谁督办”的原则，

如由于客观原因不能当场答复的，或不属于本部门职责范围的问题应向客户说明原因并详细记录下被访用户的资料、用邮困难以及对方提出的意见建议，送交相关专业局处理，并协调督促实施，事后将处理结果告知客户；负责人负责对《记录表》的收集整理工作，每季度以报表的形式将走访结果报相关领导，并对近期走访工作进行梳理，并对客户意见建议的处理结果进行分析、评议。

### 3、对客户实行分级管理，开发统一版本的客户关系管理系统

#### 品友互动

同时开发统一版本的客户关系管理系统，在走访客户时关注企业、客户动态，了解新年新动向和搜集信息，以保证时时更新大客户档案，为下一步开展营销获取第一手资料，以此增强营销的针对性和提高营销效果，有助于提高运行效率，降低运营成本，最大限度地减少内耗，实现客户资源的共享。

## 二、学无止境，全面提高客户经理整体素质

客户经理是企业与客户之间的桥梁和纽带，客户经理能否对客户提供“标准化、个性化、超值化”服务，直接影响客户对企业的“信任度、满意度、忠诚度”。

大客户中心将把握机会，创造条件，致力于客户经理整体素质的提高。

### 1、强化邮政业务学习，提高业务素质

作为客户经理，首先必须对邮政业务有着深刻的了解。

大客户中心将定期组织学习邮政业务，以成长为可以随时接受公司指令与大客户进行业务谈判的营销专家为目标，积极

参加各专业局的业务讲座，并与各专业局保持高度沟通，不断提高自身业务素质。

## 2、美化言行举止，提升客户经理形象

客户经理不仅要有强烈的事业心、高度的责任感和高尚的职业道德，其一言一行还代表着邮政企业的整体形象，工作效率、服务质量和个人素质直接影响着客户对邮政企业的认知。

为此，在新的一年里，我们将系统提升客户经理商务礼仪和沟通技巧，进一步美化客户经理的言行举止、提升客户经理形象，有助于赢得客户对邮政企业的好感，从而有利于营销工作的顺利开展。

## 3、丰富营销知识体系，提高营销水平

为了进一步提高营销水平，大客户中心将创造条件通过远程培训、优秀营销书籍等途径获得专业化销售流程的知识与技能，丰富营销知识体系，增强拜访与服务客户的能力、提升工作信心与客户服务的满意度。

通过学习，旨在对邮政业务有全面的了解，对市场营销和大客户管理也有更深刻的认识，培养客户经理的服务营销意识，同时开阔事业，提高觉悟，使客户经理认识到营销不仅要通过优质的服务让客户满意，而且要通过积极有效的客户关系管理培养客户的忠诚，并掌握培养客户忠诚的方法和技巧，为今后的工作打下了坚实的基础。

xxx年已经过去，承载着我们太多梦想和期待的xxx年将翻开崭新的一页，当一个个“回顾专题”蜂拥在新年伊始，我们心里所想的却是今后的路到底该如何走。

新的一年，新的机遇、新的挑战摆在我们面前。

我们青云西区域处在市中心位置，共有客户数19630户左右，其中固话用户9300左右，小灵通用户10000户左右，宽带用户400户左右，商铺客户(含中小型企业等)220户左右：我们将这些客户群进行了细致的`划分，每位客户经理都有比较全面的客户资料。

在“元旦”期间，我们组织客户经理在“恒盛城市花园”、“建鼎华城二期”、“阳光城”等住宅小区进行“我的e家”、“商务领航”等电信转型业务的宣传。

在xxx年我们不但要努力发展新的业务，更要加大客户存量保有，尽量避免客户的流失，对高端客户进行24小时保姆式服务，跟其他电信运营商比技术、比服务、比亲和力，不定期向客户进行礼品赠送、新业务资费介绍。

文章超市

xxx年，强化执行将是业务转型的主旋律。

做为客户经理我们一定要强化客户导向，树立品牌意识，全方位为用户提供网络平台、应用开发、系统集成的服务；加大“我的e家”“世界通”等新业务的推广客户经理2017年工作计划3篇客户经理2017年工作计划3篇。

用转型业务，拉动全年区域内预算任务，完成公司领导下发的各项硬性指标任务。

在客户经理的奖金考核办法上结合公司考核指标，做到能者多劳，杜绝“大锅饭”现象；加大kpi考核，让每位客户经理都有责任感、使命感，因为我们是中国电信的员工或受聘于中国电信的员工。

所以，我们必须这样要求。

客户经理计划应有条不紊地开展，既是客户关系管理的重点，也是网络建设发展的需要，更是客户经理提高综合素质，实现既定客户经理计划、目标的重要途径。

因此，如何有客户经理计划地开展经营工作是当前每个客户经理、也是网络建设中的一个重要课题，结合卷烟商品营销知识的学习，本人认为应该侧重从指标分解，细化市场着手开展有客户经理计划地工作。

当前开展的客户经理计划工作制，就是围绕经营销售有客户经理计划地开展工作，其中心就是目标细化，制定销售任务的分解客户经理计划。

作为客户经理，首先应在每月的月末、月初认真回顾本月的经营销售业绩，找出成功的经验、失败的因素，特别是在主观上查找原因，进行客观分析，予以总结、归纳客户经理。

并在下月的客户经理计划工作中，予以改进，运用营销观念，克服消极因素，发扬积极的、正确的因素，扬长避短，不断促进经营工作走向新局面；其次，对于市场的变化，要密切注意动向，从中观的角度看待市场季节变化、环境影响、消费需求。

从微观的角度掌握顾客消费心理、消费结构和消费水平的变化，注意全面把握；最后，应该从烟草公司可供货源、品种与市场需求结合看待市场的满足状况与存在的需求，包括潜在的需求，积极予以发掘、引导。

全方位、多层次促进销售，从而将每月工作目标、销售客户经理计划分解与市场状况、实际经营有效结合起来，促进有客户经理计划地工作的合理开展、落实。

有客户经理计划地开展工作，重在任务分解、市场细化，关键在落实。

学习《卷烟商品基础知识》的人都知道这样一个概念：市场=人口+购买力+购买欲望，换言之，市场等于顾客。

因为顾客本身就具备了市场的三要素，既具备了人口的条件，又具备了购买力和购买欲望。

据此，我们断言：市场就是顾客(群体)，顾客就是市场，顾客就是最基本的市场，也就是我们划分的基础市场，更是必须牢牢掌握的基础的市场。

作为客户经理应该将任务分解、市场细化与辖区消费环境、消费群体甚至是终端顾客等综合情况结合起来考虑。

通过每天销售情况总结、数据分析，结合市场信息融会贯通地运用营销理念，进行深层次地分析、汇总，对客户现状、可能出现的变化、以后的发展前途，都要有准确的判断和预测。

并能够采取针对性措施，调整相应的营销策略和服务方式，发挥营销功效，引导消费。

通过经营户牢牢抓住终端顾客，努力促进销售、提高结构客户经理

最终，分解、落实并完成工作客户经理计划，实现经营工作目标。

作为一名卷烟销售人员，如果没有工作客户经理计划和基本目标，是永远不可能达到胜利的彼岸的。

每个人，每一项事业都应该有基本目标、工作客户经理计划和必胜信念，而不少人往往是做一天和尚撞一天钟，目标模糊，那么如何达到目标、实现客户经理计划自然是心中无数了。

一位成功的销售人员介绍经验时说：我的秘诀是把目标数表贴在床头，每天起床就寝时都要把今天的完成量和明天的目标量记录下来，提醒自己朝目标奋斗。

由此可见“有志者事竟成”，只要肯下功夫，任何客户经理计划和目标都能通过努力得以实现。

1.公司客户经理工作计划

5.客户经理求职简历

6.客户经理简历封面

7.个人客户经理竞聘简历

8.大客户经理简历样本

## 客户到访登记表 客户工作计划篇六

我们将在认真吸取以前教训的基础上，把提升维修服务质量作为公司管理工作的重中之重来抓，采取多种措施保障安全生产无事故。将维修技能提升和标准维修操作流程为培训重点，不断强化员工主动服务意识。加强维修现场管理，做好车辆维修后自检与互检工作。

针对20xx年在客户报怨上存在的一系列问题，我们将在20xx年采取以下措施来减少客户报怨量，提高一次性修复率。第一，加强车间人员技能培训，强化员工服务意识。将与售后各部门合作，对相关人员进行定期的培训，使员工了解本职工作的重要性，端正服务态度且在平时维修现场中对员工维修质量意识不断强化，使其熟知职位可能产生的维修问题和避免方法。培训频率做到至少一月两次。第二，加强检验员的质量巡检工作，避免二次返修的发生，并要求其对返修情

况记录在案，使质检工作有迹可循，便于维修后分析与研究。第三，建立合理的奖惩制度，在考核机制中加入维修技能考核，与员工的收入挂钩，奖优罚劣。通过以上措施尽努力提升进站车辆的一次维修合格率。

在提升维修工时前提下，建立新的产值奖惩制度，建议加入维修新增金额提成率。即下维修工时费任务，做到完成任务或超出任务有奖，完不成任务要罚。（具体任务量根据前三个月工时费平均值进行汇总统计，然后逐渐递增）

在20xx年，将进一步加强车间6s现场管理，保持车间维修现场的整洁有序，推进6s管理制度，将该指标作为优秀员工考评指标之一，避免做得好和做得差都一个样的大锅饭思想！力争在20xx年售后车间6s管理工作不断提高，走上新台阶。

针对车间设备管理现状，制定车间维修设备及工具管理负责人，减少设备及工具使用不当造成的故障率，提升设备及工具故障及时报修率，设备及工具负责人对设备的日保、周保、月保制度化，定期检查，实施各种激励手段，引导员工运用正确的方法进行设备使用和修护。上述措施有效的保证了设备及工具稳定运行及正常维修使用，为按时保质交车提供了强有力的支持。

作为领导必需严于律己，以身作则，遇到困难不退缩，迎难而上，做好带头人。采用能者上，平者让，庸者下的用人原则！对经常违反纪律，不听从指挥，恶性竞争，影响公司形象的员工，坚决予以辞退。争取为满意度和一次性合格率双提升打造一个公平公正的良性可持续发展的工作环境。

在20xx年我们将知难奋进、开拓进取，不断创新的精神，从点滴小事做起，严格落实岗位责任制，内强管理，外树形象，力争通过扎实有效的工作，争取做得员工与客户的双满意，实现公司新一年的经营指标！

## 客户到访登记表 客户工作计划篇七

直接上级：营销总监

直接下级：佳丽小姐

(2) 配合公司管理人员的工作，以公司的利益为大前提，搞好各部门管理人员的关系，搞好内部沟通，以便更好地服务于客人。

(3) 注意仪容仪表，发型整齐，谈妆，指甲修剪整齐，干净，穿着制服。

(4) 愉快地接受工作，接待客人时应主动热情，彬彬有礼，落落大方，佳丽组长必须保持一种健康向上的心态对待每一位顾客，不可厚此薄彼。

(5) 顾客离开时应有礼貌地与道别，并送至楼下大门处，真诚地邀请客人下次光临。

(6) 遵循行为规范，具有良好的品德和素质。

(7) 具备最基本的沟通技巧和营销技巧。

(8) 不定期的组织新的佳丽进场，优化整合员工队伍。

(9) 督导本部门佳丽的日常工作，完成上级指派的工作任务及订房任务，保持良好工作状态。

(10) 每日做好工作记录和工作总结。

(1) 完成营业指标及订房任务；

(2) 引进、优化整合公关佳丽队伍，组织专业的教育培训；

- (3) 合理安排佳丽上班情况，作到“公平、公正”；
- (4) 检查本部门佳丽到位情况，给客人提供及时高效的服务；
- (5) 严格要求各佳丽的仪容、仪表；
- (8) 处理好当日的客人投诉，与客人建立良好的公共关系；
- (9) 提高部门佳丽的服务水平和公关意识；
- 10) 完成每周一次的培训科目，做好各佳丽的思想工作。

(1) 在服务过程中，要积极与服务人员沟通，了解客人的要求，适时地进行服务，共同配合达到留住客人的目的。

(2) 在服务过程中，遇到初次见面的客人，首先要留给客人好感的自我介绍，建立与人友好和谐的关系。

(3) 要做好服务工作，必须了解客人的心理，以便适时恰当地为客人提供优质的服务。

a. 营造轻松的气氛，在包房中要与客人积极地沟通，掌握几种游戏方法，几个笑话小段，活跃气氛，让客人得到放松，并且愿意与你交谈。

b. 善解人意，善于观察客人，引导客人，满足其心理需求，真正成为你的朋友，从而建立稳定的顾客群。

c. 使客人有被尊重感，认真的工作，全心全意为客人服务。

d. 当个好听众，有些客人长期处于一种精神压抑的状况，心中的郁闷很想找个地方释放，在娱乐中，正是一个人身心放松的时刻，要善于抓住时机，让客人在轻松的气氛中诉说自己的忧伤和痛苦，使客人得到朋友的安慰和心理压力的理解，

从而赢得客人对你的信任。工作技巧要靠实际工作中不断地学习和完善，积累经验，提高工作质量和效应。

1. 强烈的敬业精神，娱乐业务的对象是有感情的客人，而且是晚间的工作时间，于是增加了服务难度，又是直接面对客人，服务质量好与坏，高与低直接影响公司的声誉及效益，所以更要求客户经理具有敬业精神。
2. 敏锐的观察能力，在与客人接触过程中，积极地与其交谈。沟通了解客人对公司的意见和建议，能够揣摩客人的心理，根据不同类型的客人，提供所需的服务。
3. 良好的服务态度，语言，特别是服务语言是每位客户经理完成各项工作提供最佳服务，体现良好的服务态度最基本的条件，服务用语必须是礼貌用语，让素不相识的客人感到你的好客。热情与客人谈话时要面部表情自然，略带微笑，语气亲切真挚热诚稳重。
4. 说服客人的能力，在娱乐行业中，会遇到形形色色的客人，客户经理要做到不急不燥，遇到个别情形的客人，要积极配合管理人员，高质量地完成对客人的服务，结帐一系列工作，真诚地与客人交谈，改变其态度。
5. 宽广的知识面，作为一名客户经理，不断地接触各层次的客人，要求有较强的求知欲，对企业知识社会知识语言美学等知识略微掌握，这样在接触客人的时才会得心应手，应付自如。注意积极培养自己的内在气质。

小记：

1、顾客的投诉分为两种心理：

a□想引起关注b□对我们的再次要求

- 2、我们的收入来自客人的消费，客人是我们的衣食父母。
- 3、我们的职责是满足顾客的需要并使顾客完全满意

公关人士群：

- 1、您还再为找不到合适的场所上班而发愁吗？
- 2、您还再为生意火爆，但有没有资源而担忧吗？

## 客户到访登记表 客户工作计划篇八

建立走访客户制度，旨在进一步加强与客户之间的交流和沟通，为客户提供更优质的服务，向社会展示部门崭新的形象和高层次的服务水平。为了把走访工作做实，不流于形式，明年将把这项工作作为制度纳入服务规范。走访客户时，走访人需详细填写客户走访日志，每月末交负责人核实处理情况，并填写意见。在走访过程中，注重与客户开展面对面交流，积极倾听客户的意见和建议，把握客户需求的新导向，切实为改进服务收集材料和依据为下一步开展营销获取第一手资料，以此增强营销的针对性和提高营销效果。

在过去一年走访客户过程中遇到一些问题，比如，由于走访人之间缺乏交流和沟通，出现被走访人的重叠性，客户的难点问题以及意见、建议的处理没有得到很好监督，等等。为此实行走访人督办制度，即遵循“谁走访谁督办”的原则，如由于客观原因不能当场答复的，或不属于本部门职责范围的问题应向客户说明原因并详细记录下被访用户的资料、用邮困难以及对方提出的意见建议，送交相关专业局处理，并协调督促实施，事后将处理结果告知客户；负责人负责对记录表的收集整理工作，每季度以报表的形式将走访结果报相关领导，并对近期走访工作进行梳理，并对客户意见建议的处理结果进行分析、评议。

为了不断地深化、优化服务质量，大客户中心将从多方面着手改善、提高服务质量，以满足大客户的要求。首先实行客户经理负责制，并对大客户实施分级管理制度，强调服务的时效性、及时性，以制度化保证客户服务工作得以顺利进行。同时开发统一版本的客户关系管理系统，在走访客户时关注企业、客户动态，了解新年新动向和搜集信息，以保证时时更新大客户档案，为下一步开展营销获取第一手资料，以此增强营销的针对性和提高营销效果，有助于提高运行效率，降低运营成本，最大限度地减少内耗，实现客户资源的共享。

20xx年我将继续努力奋斗，提高绩效，创造更好的收益。