

# 最新拼多多客服日常工作流程图 客服工作计划(模板7篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 拼多多客服日常工作流程图篇一

从事电话客服工作是一份很需要耐心且极具挑战的工作，不管时间的长短，电话客服都可以给人很大的`成长。以下是一位电话客服工作总结：

从在网上报名、参加听试、笔试、面试、复试到参加培训，不知不觉来到客服中心这个大家庭已经有五个多月的时间了，在这五个月的时间里我经历的是从一个刚走出校园的大学生到一个上班族的改变；从一个独立的个体到成为\*\*银行电话银行客服中心的一员。

在这里，我们每天早上召开班前小组会议，每个组的小组长会从昨天的外呼和呼入情况中总结一些错误，在第二天强调今天外呼应该注意哪些问题；在这里，我们小组成员之间、组长和学员之间互相做案例，从一个个案例中发现我们的不足之处，强化我们的标准话术，让我们在面对各种刁难的客户时都能游刃有余；在这里，我们每个组商讨各队的板报设计，每位学员都积极参与到讨论中来，大家各抒己见，互相交流意见，齐心协力完成板报的设计到制作。

在这里，我们每天下班之前会召开大组会议，楼层组长会对在各方面表现优秀的学员予以表扬，对有进步的学员进行鼓励；在这里，每天都会发生许多好人好事，这些事虽小，但从这些小事中让我们感受到的是我们电话银行\*\*中心大家庭般

的温暖;在这里，我们每天会记录下自己当天的工作感言，记录我们工作中的点点滴滴;更重要的是，在这里，我们在\*\*银行电话银行\*\*中心企业文化的熏陶下，不断提高我们自身的综合素质，不断完善自我……这紧张忙碌的气氛，使平日里有些懒散的我感到有些压力。但老坐席和新学员们的热情、欢迎、微笑感染了我，使我轻松起来。听着老员工们亲切熟练的话语，看着他们娴熟的操作，体味着他们在工作时的认真和笃定，青春的浮躁也与之褪去，多了一份成熟和稳重。

从这几月的工作中总结出以下几点：

记得石主任给我们新员工上过的一堂课的上有讲过这样一句话：“选择了建行就是选择了不断学习”。作为电话银行\*\*中心的客服人员，我深刻体会到业务的学习不仅是任务，而且是一种责任，更是一种境界。这几个月以来我坚持勤奋学习，努力提高业务知识，强化思维能力，注重用理论联系实际，用实践来锻炼自己。

2、注重克服思想上的“惰”性。坚持按制度，按计划进行业务知识的学习。首先不将业务知识的学习视为额外负担，自觉学习更新的业务知识和建行的企业文化;其次是按自己的学习计划，坚持个人自学，发扬“钉子”精神，挤时间学，正确处理工作与学习的矛盾，不因工作忙而忽视学习，不因任务重而放松学习。

在今后的工作中，我会努力的继续工作，在工作中保持好和客户之间的关系，用最好的服务来解决客户的困难，让我用最好的服务来化解客户的难题。制定如下计划：

三、增强主动服务意识，保持良好心态；

四、不断完善自我，培养一个客服代表应具备的执业心理素质。要学会把枯燥和单调的工作做得有声有色，学会把工作当成是一种享受。

## 拼多多客服日常工作流程图篇二

xx 狠抓团队的内部建设，工作纪律。

2、 定期思想交流总结。

3、 建立经理信箱，接受各员工建议，更好的为业主服务。

4、 完善管理制度，根据工作标准，拟定操作标准。

5、 人员的招聘、培训。

6、 楼宇的验收内容、实地的考察学习。

7、 交房工作的准备、实施。

8、 空置单位的管理及代租代售业务。

9、 完善业主档案。

xxx 费用的收取及催缴。

xx□ 处理业主投诉咨询问题及跟进工作，建立回访制度。

xx□ 组织学习培训，提高员工的工作水平、服务质量。

xx□ 定期走访，征求业主意见，不断提高服务质量。

xx□ 组织开展社区文化活动及业主联谊活动。

xx□ 负责办理入住、验房，交房、装修的全部手续。

xx□ 签订物业服务合同、装修协议等文书。

xx□ 根据业主要求开展其他有chang服务。

xx□ 监督检查各部门的服务质量，对不合格的服务及时进行整改。

xx□ 定期召开各部门服务质量评定会，不断提高服务质量。

2xx 领导交办的. 其他工作。

## 拼多多客服日常工作流程图篇三

总结上半年的服务工作，为了更好的开展好下半年的客服工作，根据《客服工作手则》及公司相关规定，制定下半年计划如下：

### 一、指导思想

以公司下发的□xxxx文件》为指导，以“提高服务质量”为宗旨，以“客户满意度为标准”。

### 二、工作目标

1、搞好员工岗前培训，端正服务态度，提高员工业务水平。主要开展普通话培训，微笑服务培训，文明用语培训。

2、深入开展客户满意度调查，通过信访、回访等方式展开调查，对发现的问题作出相应整改，努力提高服务质量。

3、开设“党员先锋模范岗”，发挥党员先锋模范作用，以此牵引提高服务质量。

### 三、要求

1、全体员工必须严格按工司要求，努力学习，提高工作标准，

增进业务水平，切实把下半年客服工作推进到一个新台阶。

2、每名员工要制定出自己下半年个人工作计划，工作计划标准要高，要切实可行，并认真落实。

工作：

1. 按质按量完成公司给予的任务
2. 熟悉电子商务的业务以及后台中进出货, 支付款项的流程
3. 作好测试逐步转管理的铺垫, 多多积累工作的问题, 多多学习如何进行项目的控制管理

生活：

1. 打理好自己的小屋, 自己的屋子, 应该多多布置下
2. 养成锻炼的好习惯, 多参加公司的活动

学习：

1. 新概念英语的学习, 争取今年在英语上有个更好的突破

## **拼多多客服日常工作流程图篇四**

辞旧迎新的日子里，新的一年即将来临，在总结20xx年工作的同时，对20xx年制定一个新的工作计划。

20xx年是公司的. 深化年，在这一年里我们要将客户服务部的每一项工作都做一个提升，微笑服务、服务第一、一切围绕和谐服务，按公司的物业管理运作规范—服务篇的要求规范操作。。

1. 按照《客服服务管理规程》将每月的工作计划及完成情况报告项目经理。
2. 对客服服务的现场状态与服务质量负责，并协调配合其他服务条线的工作，坚持每日按服务篇的要求对现场进行检查，针对不合格的地方进行整改和现场带教，并将检查结果记录在《客服服务管理记录表》上。
3. 按照日常服务的接待工作要求，对业主报修的落实及报修后的回访，以及业户投诉的回访并做好记录，达到100%的回访率。
4. 根据公司《账目公示管理规程》、《信息公示管理规程》结合小区的实际情况，对业户作出各种温馨告示，通知等公示信息，重大告示拍照并做好留档记录。
  - (1) 第一季度张贴20xx年下半年的费用收支表和维修资金使用情况。
  - (2) 第三季度张贴20xx年上半年的费用收支表和维修资金使用情况表。
5. 按服务篇的要求有计划的主动与业主进行沟通，管理处每月完成10%的与业主面对面沟通，全年完成100%沟通率。
6. 3月-5月覆盖率为100%的满意度测评（891户），听取业主的意见、需求与建议。9月商铺100%满意度测评。
7. 按公司对管理处年度的工作目标做好物业管理费收缴、催缴工作，每季度发放物管费交款通知单。对收费财务数据的核对工作，严格把好各种票据的关。

- (1) 为提高业户缴纳物管费的积极性，管理处开展第一季度开展凡交满一年管理费的业户赠送一份保险及赠送一盆鲜花

活动。

(2) 针对第二季度缴费淡季及上半年经济指标的考核情况，着重进行历年款清款和当年款收缴工作。

(3) 第三/四季度加大管理费收缴力度，争取完成公司对管理处所要求经济指标。

8. 带教接待、文员对项目管理处档案管理工作，业主档案资料的收集建档，更新、管理和保密工作。

9. 按照公司对二次装修资料及巡查记录的要求严格检查和把关。

10. 每月对客服部所有工作表单的归类、整理、装订及归档。

xx□完成项目经理交办的其他任务，社区活动工作的配合。

xx□按照公司操作规范要求每月对员工进行培训。

13、积极与社区、开发商沟通做好桥梁工作，为签下本项目不断努力。

客服部：徐蓉芳

20xx.10.31

## 拼多多客服日常工作流程图篇五

20xx年重点围绕强化销售和运营能力，提升客户感知和品牌影响力开展工作，逐步探索和构建能够迎合网购需求的电子商务运营模式，优化完善订单处理、配送及导购等运营流程，在电子渠道营业额、用户数和服务量等方面取得一定突破。

目前我公司电子商务工作仍面临以下问题：

## 一、是销售规模小。

全年销售额20xx万元，发展3g用户4.2万户，占全网发展量1.8%，与广东(6%)、江苏(4.2%)等省差距大；二是品牌影响力弱。网厅关注度和手厅3g用户渗透率等指标然偏低；三是客户感知差。产品竞争力和服务体验亟待提升，配套支撑流程体系有待完善。

同时，电子商务和通信行业格局正在发生深刻地变化。主要体现在：一是社会电子商务快速发展引发用户消费习惯变化；二是电子渠道是运营商全程掌控的销售服务渠道，销售效率高，服务规范，品牌控制力强；三是电子商务成为运营商取得差异化竞争优势的手段；四是移动业务转售将对运营商渠道能力提出新挑战。这些变化将对联通电子商务提出更高的要求。

我们仍处于由电子渠道建设向电子商务运营转型的初期，需从公司战略高度规模推进全业务电子商务和全渠道互联网化，加快建立和完善电子商务运营体系，带动公司整体运营效率和经营水平的提升。

## 二、目标和思路

目标：能力上台阶，服务上水平，销售上规模，品牌入人心，打造营销服务主渠道。

思路：强化产品销售、营销推广、集中运营、服务管理it支撑五个关键环节，完善配套机制体制，优化前后端业务和服务全流程，实施线上线下一体化协同，逐步打造高效的、覆盖全业务、全渠道的电子商务运营体系，全方位提升客户体验。

## 三、工作规划



以构建和完善电子商务运营体系为核心，加速推进电子化销售体系、运营体系、客户服务与管理信息系统支撑体系等四个子体系建设，理顺与之配套的机制体制，促进电子商务服务与营销各项能力提升。

## (一) 电子化销售体系

### 1、线上产品体系与销售政策

研究明确线上销售政策。以公司产品政策为指导, 结合线上销售特点, 进行成本收益测算, 建立科学合理、可量化的线上销售政策评价模型。

开发适合线上自有渠道/线上社会渠道的专属产品。配合宽带无条件受理, 加快推进固网宽带网上预订服务, 并适时推出宽带网上销售。

研究为京东、苏宁等有终端销售能力的社会渠道匹配具有竞争力的产品政策。

发挥电子渠道优势, 研究增值业务和移动应用业务的ott销售模式。

研究准备融合业务线上销售工作。

### 2、新型营销推广体系

强化自有电子渠道推广。一是制定并落实全年营销活动;二是加强四厅联动和与用户交流互动, 提升服务到销售的转化率;三是实体渠道与电子渠道的互相推介引导;四是实施传统媒体与新媒体的组合宣传, 探索推进与龙广合作。

加快网络社会渠道的拓展。推进与天猫、拍拍、京东、苏宁等主流电商的合作, 加快微营销等网络分销渠道的建设。

加强对互联网广告、富媒体、网络精准广告、移动互联网广告等新兴媒体广告研究，实施业务高效率低成本宣传推广，探索以精准到达和成交为效果评价的媒体推广合作模式。

研究和构建利用二维码、社交网络推广和销售模式。

## (二)运营体系

实施全省订单集中处理，优化实现订单归集、订单处理、仓储配送、号码资源共享、统一结算等流程。

完善和丰富oto模式，在现有电话营销oto的基础上，

推出线上预受理线下办理、小型渠道数字货架，实现线上线下的相互引流。

配合销售推进宽带线上预受理、宽带线上销售、非定制终端销售、增值业务与移动应用销售等产品上线和新型促销模式的实现。

推进自主终端、迷你终端产能和覆盖的提升，建立电子化管理手段。实现迷你终端号卡销售功能。

建立健全电子商务稽核体系和配套手段。

## (三)客户管理与服务体系

完善在线客服体系，实现全电子渠道在线服务和导购，建立投诉处理快速反应机制。

建立电商客户管理体系与经营分析体系。

建立用户行为分析手段，实施电商精准服务营销。探索全触点的客户服务和业务推广模型。

开展网上客户维系的策略政策和手段。

#### (四) 电子商务it支撑体系

- 1、个性化应用项目。依托手厅、微厅开放接口，开发本省个性化应用，改善用户体验。
- 2、社会化网络营销支撑系统。实现社会化网络渠道的资源支撑、运营管理、考核评价。
- 3、线上线下一体化销售服务支撑平台。实现oto线上线下一体化支撑。支撑总部功能落地开发。支撑集团客户wo店。
- 4、在线客服及导购平台升级扩容。
- 5、全流程管控生产运营支撑系统。实施四厅运营状态监控和两终端电子化管理，实现全流程生产运营指令跟踪与分析。
- 6、电商数据分析系统。支撑电商行为分析、全触点管理及精准营销。

#### (五) 机制保障

推进集中化专业化，强化省公司集中运营职能，突出销售导向；

线上产品销售政策与专属产品政策；

集中运营资源保障，如宣传推广成本、码号资源共享、战略终端匹配比例；

在线导购/oto销售激励或佣金政策。

#### (六) 电商指标体系

电子商务指标体系(包含kpi)将以销售和服务两大类指标为导向，强化运营支撑和渠道能力两类指标，根据阶段发展重点，突出相应指标。

1、销售类指标

2、服务类指标

3、运营支撑类

自助终端开机率：现有终端开机比率

两终端单台产能：自助和迷你终端单台日均交易额 两终端交易额：自助和迷你终端单总交易额 订单处理及时率：

在线客服接线率/20s及时率：

4、渠道能力类

网厅访问量

手厅渗透率

微厅用户数

业务定制量

全省电子商务发展和收入指标测算

1、现状

用户发展情况：用户数、发展速度、用户分类□arpu值 年销售额：

业务收入：

## 2020xx年发展测算

必要条件：集中运营、资源保障

用户数发展测算，当月发展，全年发展、累计到达 收入测算

### 3、哈分公司网厅与实体厅成本对比匡算

结论：1、2、3、

### 4、电商服务指标与成本匡算

营业额与服务量，服务量迁移占比

服务量成本核算。交费、查询。

### 5、江苏成本测算依据。政策框架。成长历程。收入规模。

## 1 kpi指标

当前集团对各省电子商务kpi考核指标包括营业额和手厅

渗透率两项指标。

电子渠道交易额：所有电子渠道销售、服务产生的交易金额

## 2、专业评价指标

电子渠道发展3g用户占比：

电子渠道服务量：

电子渠道使用用户数：

自助终端日均单台营业额：

自助终端在网时长：

业务定制量：

### (七)20xx年各项目目标

#### 1、销售目标

销售收入：全年突破3000万元，增幅50%

业务收入：

#### 2、服务目标

手厅、微厅用户数：年末手厅用户达到80万户，微厅绑

定用户1万户

业务量/迁移占比：达到70%

ecs自助终端开机率：95%

mini终端单机交易额：日均1000元 在线客服接线率：达到95%，提升10%

#### 3、运营目标

订单处理及时率：95%以上

## 拼多多客服日常工作流程图篇六

客户服务部通过制定客户服务原则和客户服务标准，拟定标准的服务工作流程，协调企业各部门之间的工作，维护企业在售前、售中、售后与客户的良好关系，发挥良好的窗口和

桥梁作用，为企业所拥有的客户提供优质服务，提升客户对企业的美誉度和忠诚度；与企业其他部门协同合作，共同推动企业的良性运作和持续发展。

- 1、客户服务部宗旨：“客户至上，服务第一”。
- 2、协助市场部维护并巩固企业与客户的关系，尤其是与大客户的关系，不断提高企业的服务水平。
- 3、协助生产部，对项目生产全程跟进，协调处理生产中与客户各项事宜。
- 4、衔接市场部与生产部、企业内部各部门之间的协调沟通，为企业营造最佳的运营环境。
- 5、售后服务跟踪及客情关系维护，为提高客户的满意度和企业的利润水平起到良好的支持和辅助作用。
- 6、不断收集最新最全的客户信息，并对之进行详细分析，建立客户资料库。并进行客户分类，对不同类别客户制定不同的服务措施，对高价值客户重点管理。

## 工作职责及操作规范

客户服务部的工作目的，是要架起一座连接客户与企业内部的桥梁。因此，客服部的工作职责分为对内职责和对外职责两部分。

一、 对内职责：对内负责各项目设计、生产的全程跟进，以及协调沟通各部门之间的工作。职责分解如下：

### 1、项目建档：

1)、审核业务员递交的项目交接表，了解客户联系情况、制作要求、运输安装要求、合同金额、付款方式等，并建立项

目档案。

2)、项目档案应包括客户基本情况、项目基本情况及制作要求、合同金额及付款方式、实际付款情况(用以评估客户信用度)、项目生产进度各阶段跟踪情况、项目生产中客户增改、投诉意见及处理情况、售后维护历史记录等,为建立客户资料库、进行客户分类提供依据。

3)、项目档案在日常过程跟进中随时更新、健全。

## 2、项目跟进:

1)、项目交接表下达后,全程跟进生产制作过程。

2)、负责生产过程中所有需经客户确认事宜的沟通、协调,负责客户的约见,负责客户来访的接待,以及客户意见的记录整理。

3)、协助各部门与客户的沟通工作,将客户意见及时反馈给各部门,并跟踪落实到位。

4)、项目进展情况阶段性地向业务员汇报,客户来访提前通知业务员,以便于业务员巩固客情关系。需要业务员与客户沟通的事宜及时与业务员联系,并跟踪落实到位。

5)、收到出货通知,与客户联系出货、安装事宜,开具售后安装单给生产部,并跟踪安装、验收情况,客户签字单据回收管理。

## 3、售后跟踪

1)、项目安装到位后,安装部门交回售后安装单,客服部2-3天内去电回访安装及制作满意度情况。

2)、售后服务热线的接听、处理。所有售后服务要求、客户



投诉（包括来电、来函）必须在24小时之内给予回复，并及时处理解决。

3)、售后维修、维护要求处理。分析维修、维护要求的范围及可行性：免费服务范围的开具售后维修单给相关部门，并跟踪落实执行情况；不属于免费服务范围的先同客户洽谈费用事宜，客户签字认可后开具售后维修单给相关部门，开具维修费用发票，并跟踪维修执行情况及维修款到帐情况；监督按时按质完成。

4)、根据售后维修记录，及时归纳总结带有共性的产品缺陷，随时收集并整理客户对产品的改进意见，向企业反馈，提供产品修改意见及合理化建议。

4、模型项目资料档案管理：

1)、根据《项目资料归档制度》，执行项目资料档案管理。

2)、所有客户签字的图纸、会议记录、交接表、验收单等原件，一律留客服部存档，生产部持复印件作为生产依据。

5、标识样板管理：

1)、建立标识样板档案，将所有样板进行编号，拍照存档。后期新样板制作完成后先交客服部编号，拍照存档。

2)、编制样板借用单，每个样板的借出、归还都必须有签字交接手续。

3)、样板管理必须有据可寻，对样板的使用存放情况做到清晰、一目了然。

二、对外职责：客户服务的对外职责就是通过提供优质、完善的服务，帮助客户发现和解决出现的问题，并通过持续的

对客户的关注，巩固客户关系，不断为客户提供超值服务，努力提高客户对企业的满意度和忠诚度，建立和保持企业的竞争优势。

对外职能分解如下：

### 1、客户来访接待：

热情、真诚、细致地做好客户接待工作，并认真做好会议记录，及时跟进。

### 2、项目生产制作过程中客户管理：

项目生产制作过程中随时与客户保持密切联系，准确了解客户要求及意见，及时将制作困难及需客户确认事项与客户沟通、落实，做到对内成为客户的代言人，对外让企业在项目制作上掌握主动权。

### 3、日常售后：

1)、处理日常客户服务需求、疑难咨询，解决客户在产品使用中的常见问题。

2)、受理和处理客户投诉，解除企业与客户的纠纷，提高客户满意度，维持企业的信誉及形象。

3)、对大客户、重点客户定期回访，重点项目定期护。

### 4、客户管理：

1)、不断进行客户信息收集、调查和管理，并对收集的客户信息进行整理和归档，建立客户资料库。

2)、根据客户对企业的现有价值及潜在价值，进行客户分类。

- 3)、为大客户、重点客户量体裁衣制定管理及服务方案，为其提供超值服务，提高其对企业的忠诚度，避免客户流失。
- 4)、了解客户动态，加强联系，建立积极的客户关系。如：客户开盘赠送花篮祝贺；客户庆典致电、致函祝贺；客户老总及与企业业务往来中的重要人物生日致以贺电、贺礼等。
- 5)、定期举办各类联谊会，邀请大客户、重点客户参加，加强与客户的情感交流，维持良好的客情关系。
- 6)、协助市场部开发潜在大客户，为企业寻找合作伙伴。

## 岗位设置

### 一、客服部主管 一名

职责：主持客服部全面工作，制订和调整部门各阶段工作计划和工作重点，协调本部门与客户、与企业其他部门的各项事宜。

### 二、客服专员 二名

职责：履行上述客户服务部各项工作职责。

工作分配：按市场部小组划分分工跟进。

## 薪酬体系

客户服务部客服专员薪酬执行绩效考核制。考核制度如下：

### 一、薪资构成：

客服专员薪资构成分为两部分：1、总薪资的2/3为基本底薪；2、总薪资的1/3为绩效薪资。

## 二、绩效考核方式：

分为部门主管考核、其他部门考核、部门人员互评三部分。

按底数为100%、总分100分计算。部门主管考核得分占50%，总得分50分；其他部门考核分为市场部和生产部考核：市场部主管考核得分占20%，总得分20分；生产部主管考核得分占20%，总得分20分；部门人员互评得分占10%，总得分10分。若同一部门为多人考核，则取其平均得分。

## 三、绩效薪资计算方式：

按总绩效得分率计算绩效薪资。

如：某甲上月部门得分45分，其他部门得分分别为市场部18分、生产部17分，互评得分10分，那么其上月总绩效得分为90分，则上月绩效薪资为90%。

## 拼多多客服日常工作流程图篇七

在xx这极不平凡的一年里，我吸取了教训、总结了经验，伤痕累累但收获颇多，首先是本人听了八大高手的课程，并学以致用，能够很好的给网员进行讲解和指导。其次，经历了一波牛市和熊市的我，股市经验又增加了一点点。熊市中我做的股票惨遭挫败，无一幸免于难。例如：600211、600871等，但总结了上次亏损的教训，我在10月份买的600550小赚了一点点，亏损虽然没有挽回，但从操作中我获取了经验和教训。

1、努力争取讲课的机会，让自己充分发挥长处并锻炼自己讲课的能力；

2、尽可能多地学习股票方面的知识，并用心给客户讲解；

- 3、讲解过程中敦促客户带人；
  - 4、多打电话跟客户沟通和邀约客户多听课；
  - 5、上门维护做到细心、耐心、用心；
  - 6、重点给网员讲解精神网络的使用技巧和软件操作技巧；
  - 7、有规律的整理好客户资料；
  - 8、多挖掘客户的需求，多找意向客户。
- 
- 1、争取每个月至少一个网介(软件)；
  - 2、争取每个月至少3—5个终免(动静)；
  - 3、争取每个月网员带3—5个非网员；
  - 4、争取每个月1次讲课的机会。