

汽车客服年度总结

篇1：汽车客服年度总结

忙忙碌碌的过了一年，但在店我学到了好多，也懂得了好多，下边把自己工作、学习状况在一个总结，不妥之处请责备指正。今年2月我入新乡店，在汽车售后任职，在各位领导关心指导、在四周同志关心帮助下，思想、工作获得较大进步。回首入职来的工作状况，主要有以下几方面的收获和领会：

一、从严要求的环境下，认识工作，进一步认识自己。

我入职此后才发现，我对售后服务的理解还不过皮毛上的东西，有好多东西是我以前没有想到的，所以，我的第一步就是对自己的定位及认识自己的工作。我感觉，一个人思想认识怎样、工作态度利害、工作标准高低，常常受其所在的工作环境影响。我从一开始的懵懂到此刻的熟习，与上司领导和部门同事的帮助是分不开的。假如让我归纳这一段时间来我部门的工作状况，就是六个字，即：严格、紧张、繁忙。严格的工作要求、紧张的学习气氛和繁忙的工作节奏。从模糊到清楚，我充足认识到自己工作的重要性。工作中，面对领导的高标准、严要求，面对四周同事踊跃向上的工作热忱和踊跃进步的学习态度，面对紧张高效的工作节奏，使我深受感染，充足认识到，作为这个集体中的一员，我第一不可以给这个集体“抹黑”，拖这个集体“后腿”，在此基础上，要赶快融入到大家共同创建的“勤劳学习、努力工作”的浓重气氛之中。在这类环境影响下，我的力求在最短的时间里熟习自己的工作，在这一想法的实现中，我的工作标准也不停提高，老是提示自己要时辰保持优秀的精神状态，时辰建立较高的工作标准、时辰要保护好这个整体的利益来做好每一项工作。这也是我能够较好达成这段时间工作任务的重要保证。

二、在勤劳努力的学习中，素质获得提高。

应当说，过去的一年，是勤劳学习的一年。因为自己入汽车行业时间比较短，要想在相同标准的工作中做好做优秀，一定付出更多的努力。经过学习，使我不论汽车服务招待、仍是自己本职位的业务知识学习，都有了一个飞腾式的进展。这也更为考证了“只需付出，就必定有回报”的深刻道理。

三、在熟习中追求打破、追求创新，工作获得进展。

回首过去一年繁忙的工作，从开始的不懂到此刻的熟习，从刚迈出大学的青年到此刻的准职业人，从部门同事的认识和互相之间的亲密合作，每一次工作上的较鼎力动都对自己是一种锻炼，也是一种考验。售后汽车服务流程等几项工作我都会要求自己做到认真、仔细、精心达成。

总之，汽车售后仍是一个不停成长的部门，是一个锻炼人的好地方，我有幸陪伴它成长，它让我一个涉世未深的人深刻的认识到自己，认识到工作的实质，那就是互相之间

的协作，一个人能够才干横溢，可是没有其余人的辅助，仅凭一人之力是什么都做不了的，我在工作中学到了好多工作上的事情，也学到了好多做人的道理。只管感觉很忙很累，但也体验到了苦中有乐、累中有得的收获感觉。我想这也势必为自己此后工作学习上获得新的进步确立坚固的基础。我也深知，工作中自己还有一些不尽人意的地方。比方，在招待上，还没有达到千锤百炼的要求；工作有时操之过急，缺少深入仔细的工作作风等等。我要在此后的工作中努力战胜不足，更正弊端，增强锻炼，以优秀的表现为企业整体工作上水平献计卖力，做出贡献。

篇2：汽车客服年度总结

前两个月我担当公司的**品牌售后，带领**品牌的员工齐心协力，开拓进取，加班加点，有效保证了*、**月任务的顺当完成。回顾前两个月，就所值得连续发扬的阅历进行总结：

1。重点客户、亲自接待。新客户及集团客户车队长、班长等都是我的重点客户，我都要进行接待。我不在，也要支配张秀苹主管必需接待，客户提出的需求准时得到解决。让客户时刻感觉到在我们这里得到重视！得到敬重！提升客户在店内感受。

2。保养买三送一，大力推行。回顾这几个月来，**每位客户到店，都要给客户介绍这项活动。**基本上每月至少推出十几单，多的每月推出30多单，有效的稳固了基础客户群体。每天进厂台次都在**台以上。而奔宝保养买三送一，推出的廖廖无几，因而奔宝每天进厂台次也不稳定。

3。对集团客户司机给点甜头。集团客户在**品牌占比较高，特别是司机到店，他们无非都是想占点小廉价，要个礼品，拿个精品等。只要给我们能带来效益，尽量满意他们的需求。当然，如遇金额较大礼品，还是要上报领导处理！

4。替客户着想，解客户之急。如客户到店更换配件没货的，只要客户焦急的，我一般要求配件部在济南市场上先调货，尽量当日解决，不向后拖。解决客户燃眉之急。

5。增加事故车进店台次。*、**两个月，事故车有所增长，虽然幅度不大，但还是比之前提高了许多。我对事故车信息比较警觉，无论是客户、本公司人员，还是其它保险公司等人员打来的电话，只要我得到信息。第一时间联系事故车开发部同事，进行跟踪。假如我有时间，也会亲自到现场去拉事故车！另外，在郑州几位同事的辛勤努力下，**这边大小事故车也进了几辆！

6。深挖项目，增加产值。挖掘大修发动机车辆、大修变速箱车辆。只要遇到客户车辆烧机油车辆，客户又有意愿想解决此问题的。我们**就和客户商谈发动机大修事宜。每月**这边至少有2台以上大修发动机车辆，1台以上大修变速箱车辆。值得欣慰的同时，也发觉了工作中存在的不足。下一步我们**系统还需要改进的地方：

1。首从前台SA工作力量还比较薄弱，包括前台主管，还需要加强学习业务

学问、车辆进度过程管控力量。目前我在渐渐的培育，沉下来带一个季度，期望年底之前能有所转变。其次，车间技术力气还有待加强，特别是进口大众辉腾、途锐、新款**C7/A8等需要技术支持，最好能支配总部**技术经理，到济南指导1—2周时间。另外，车间需要增加一名质检人员，没有质检人员，许多细节上的问题，不能检查到位，有时车间个别员工不认真，就会由于小的错误，造成客户投诉或流失。

2。目前**基础客户群体还不太高，还需要增加基础客户群体，增加保有量。提高客户到店感受，提高进店台次，增加收入！首先，我们保养买三送一活动还要加大力度推。其次，1+1传递卡还要连续执行下去，最近这些天，不要求，我看又淡化了。再次，新客户等重点客户还要一如既往仔细对待！只有解决客户所需，真心的为客户着想，才能留住客户。

3。客户流失比较严峻，这个是必需解决的。我们肯定要了解客户究竟为什么会流失，最近这二个月，客服部一张投诉单都没给我，莫非，打客户回访电话都没有反应问题吗？确定不对！我们服务、技术都做的很到位了吗？我看不是吧！下一步，我会与李总、晋总协商，只要有反应**系统问题，做的不到位的，每个客户意见或投诉我都要一个一个的看下，落实清晰。解决掉，一切为了客户满足为止！

篇3：汽车客服年度总结

针对今年公司总部下达的经营指标，结合公司总经理在xx年商务大会上的指示精神，公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们没有一味地走入“价格战”的误区。“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢？我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标管理

1、服务流程标准化2、日常工作表格化3、检查工作规律化4、销售指标细分化5、晨会、培训例会化6、服务指标进考核

对策二：细分市场，建立差异化营销细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据xx年的销售形势，我们确定了油罐车、化工车、洒水车、散装水泥车等车型的集团用户、瞄准政府采购市场、零散用户等市场。对于这些市场我们采取了相应的营销策略。对相关专用车市场，我们加大了投入力度，专门成立了大宗用户组，销售公司采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。在市场上树立了良好的品牌形象，从而带动了我**公司的专用汽车销售量。

对策三：注重信息收集做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场预测成为阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某

某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做出反应。同时和生产部等相关部门保持密切沟通，保证高质高效、按时出产。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性;在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把公司产品市场的占有率为销售部门主要考核目标，顺利完成总部下达的全年销售目标。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作;建立了每周五由各部门经理参加的车间现场巡检制度。

二、追踪对手动态加强自身竞争实力

对于内部管理，做到请进来、走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的专用汽车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的管理提出全新的方案和建议;组织综合部和相关业务部门，利用业余时间学习。

三、注重团队建设

公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能使公司得到好的发展。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。

在加强自身管理的同时，我们也借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和专业素质。通过聘请专业的企业管理人才对员工进行了团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

20**年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，公司各项工作取得了全面胜利，各项经营指标均创历史新高。在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创新上，精品服务的理念上，还大有潜力可挖。同时还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对20**年，公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务管理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保公司20**年公司各项工作的顺利完成。

篇4：汽车客服年度总结

从事客服工作已接近七年，在七个春秋冬夏的轮回交替中写了好多次总结了吧，感觉总结就象是一个驿站，可以静下心来梳理疲乏的心情，燃烧美妙的盼望，为下一段行程养精蓄锐。不管客服工作是多么的平凡，但是总能不断地接受各种挑战，不断地去查找工作的意义和价值，而且总在不断地告诫自己：做自己值得做的事情，走自己的路，让别人去说吧。以下是我的个人工作总结报告：

对于一个客服代表来说，做客服工作的感受就象是一个学会了吃辣椒的人，整个过程感受最多的只有一个字：辣。假如到有一天你已经习惯了这种味道，不再被这种味道呛得咳嗽或是摸鼻涕流眼泪的时候就说明你已经是一个特别有阅历的老员工了。我是从一线员工上来的，所以深谙这种味道。作为一个班长，在接近两年的班长工作中，我就始终在不断地探究，企图能够找到另外一种味道，能够化解和消融前台因用户所产生的这种“辣”味，这就是话务员心情管理。究竟大多数的人需要对自己的心情进行管理、掌握和调整。

在每一个新员工上线之前，我会告知她们，一个优秀的客服代表，仅有娴熟的业务学问和超群的服务技巧还不够，要尝试着在以下两点的基础上不断地完善作为一个客服代表的职业心理素养，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。首先，对于用户要以诚相待，当成亲人或是伴侣，真心为用户供应切实有效地询问和关心，这是开心工作的前提之一。然后，在为用户供应询问时要仔细倾听用户的问题而不是去关注用户的态度，这样才会保持冷静，细细为之分析引导，熄灭用户心情上的怒火，防止因服务态度问题火上烧油引起用户更大的投诉。

另外，在平常的话务管理中，我始终在人性化管理与制度化管理这两种管理模式之间查找一种平衡。为了防止员工因违反规章制度而受处罚时心情波动，影响服务态度，一种比较有效的处理方式是在惩罚前找员工沟通，最好的方式是推己及人，感觉自己就是在错误。