

客服经理年度总结

篇1：客服经理年度总结

一、科学决策，齐心协力，酒店年创四点业绩酒店总经理班子根据中心的要求，年初制定了全年工作计划，提出了指导各项工作开展的总体工作思路，一是努力实现“三创目标”，二是齐心蓄积“三方优势”等。总体思路决定着科学决策，指导着全年各项工作的开展。加之“三标一体”认证评审工作的促进，以及各项演出活动的实操，尤其下半年十八届四中全会强劲东风的激励，酒店总经理班子带领各部门经理及主管、领班，团结全体员工，上下一致，齐心协力，在创收、创利、创优、创稳定方面作出了一定的贡献，取得了颇为可观的业绩。

1、经营创收。酒店通过调整销售人员、拓宽销售渠道、推出房提奖励、餐饮绩效挂钩等

相关经营措施，增加了营业收入。酒店全年完成营收为万元，比去年超额万元，超幅为%；其中客房收入为万元，写字间收入为万元，餐厅收入万元，其它收入共万元。全年客房平均出租率为%，年均房价元/间夜。酒店客房出租率和平均房价，皆高于全市四星级酒店的平均值。

2、管理创利。酒店通过狠抓管理，深挖潜力，节流节支，合理用工等，在人工成本、能源费用、物料消耗、采购库管等方面，倡导节约，从严控制。酒店全年经营利润为万元，经营利润率为%，比去年分别增加万元和%。其中，人工成本为万元，能源费用为万元，物料消耗为万元，分别占酒店总收入的%、%、%。比年初预定指标分别降低了

3、服务创优。酒店通过引进品牌管理，强化《员工待客基本行为准则》关于“仪表、微笑、问候”等20字内容的培训，加强管理人员的现场督导和质量检查，逐步完善前台待客部门及岗位的窗口形象，不断提高员工的优质服务水准。因而，今年5月份由市旅游局每年一次组织对星级饭店明查暗访的打分评比，我店仅扣2分，获得优质服务较高分值，在本地区同星级饭店中名列前茅。此外，在大型活动的接待服务中，我店销售、前厅、客房、物业、餐厅等部门或岗位，分别收到了来自活动组委的表扬信，信中皆赞扬道：“酒店员工热情周到的服务，给我们自己的日常生活提供了必要的后勤保障，使我们自己能够圆满地完成此次活动。”

4、安全创稳定。酒店通过制定“大型活动安保方案”等项安全预案，做到了日常的防火、防盗等“六防”，全年几乎未发生一件意外安全事故。在酒店总经理的关心指导下，店级领导每天召开部门经理反馈会，通报情况提出要求。保安部安排干部员工加岗加时，勤于巡逻，严密防控。在相关部门的配合下，群防群控，确保了各项活动万无一失和酒店忙而不乱的安全稳定。酒店保安部警卫班也因此而被评为先进班组。

二、与时俱进，提升发展，酒店突显改观

酒店总经理班子率先垂范，组织指导党员干部及全体员工，认真学习领会xx

届四中全会精神。结合酒店经营、管理、服务等实际情况，与时俱进，提升素质，转变观念。在市场竞争的浪潮中求生存，使整个酒店范围下半年度突显了可喜的改观。主要表现在干部员工精神状态积极向上。酒店总经理大会、小会反复强调，干部员工要有紧迫感，应具上进心，培养“精气神”。酒店的管理服务不是高科技，没有什么深奥的学问。关键是人的主观能动性，是人的精神状态，是对酒店的忠诚度和敬业精神，是对管理与服务内涵真谛的理解及其运用。店级领导还通过组织对部门经理、主管、领班及员工的各项培训交流，启发引导大家拓宽视野，学习进取，团结协作。在完成酒店经营指标、管理目标和接待任务的过程中实现自身价值，并感受人生乐趣。因而，部门经理之间相互推诿和讥贬的现象少了，则代之以互通信息、互为补台、互相尊重；酒店每月两次夜间例行安检和每周一次质量检查请假、缺席的人少了，则代之以主动关心参加、检查仔细认真等。在一些大型活动中，在店级领导的榜样作用下，部门经理带领着主管、领班及其员工，加班加点，任劳任怨，工作延长虽很疲惫却始终保持振作的精神状态，为酒店的窗口形象增添了光彩。

篇2：客服经理年度总结

对于一个客服经理来说，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。如果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非常有经验的老员工了。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，我就一直在不断地探索，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，这就是话务员情绪管理。毕竟大多数的人需要对自己的情绪进行管理、控制和调节。

在每一个新员工上线之前，我会告诉她们，一个优秀的客服代表，仅有熟练的业务知识和高超的服务技巧还不够，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。首先，对于用户要以诚相待，当成亲人或是朋友，真心为用户提供切实有效地咨询和帮助，这是愉快工作的前提之一。然后，在为用户提供咨询时要认真倾听用户的问题而不是去关注用户的态度，这样才能保持冷静，细细为之分析引导，熄灭用户情绪上的怒火，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，我一直在人性化管理与制度化管理这两种管理模式之间寻找一种平衡。为了防止员工因违反规章制度而受到处罚时情绪波动，影响服务态度，一种比较有效的处理方式是在处罚前找员工沟通，最好的方式是推己及人，感觉自己就是在错误中不断成长起来的，一个人只要用一定的心胸和气魄勇敢面对和承担自己因错误而带来的后果，就没有过不去的关。俗语云：知错能改，善莫大焉。所以没有必要为自己所范下的错误长久的消沉和逃避，“风物长宜放眼量”，于工作于生活，这都是最理性的选择，同时这也是处理与员工关系最好的一种润滑剂，唯有这样，才会消除与前台的隔阂，营造一种轻松的氛围，稳定员工情绪及保持良好的服务态度。

当然，在不断地将自己以上的经验和想法得以实施并取得一定成效的同时，

我们在这个举足轻重的位置上，更象是一颗螺丝钉，同本部门的前台、后台、组长、质检及部门经理之间作着有效的配合，同时也与其它各组或各部门之间作着较为和谐的沟通和交流，将话务管理工作进行得有条不紊。在我尽自己最大的努力去做好份内事情的过程当中，对团队二字体会特别深刻。曾经被这样一个故事感动：

在洪水暴虐的时候，聚在堤坝上的人们凝望着凶猛的波涛。突然有人惊呼：“看，那是什么？”一个好象人头的黑点顺着波浪漂过来，大家正准备再靠近些时营救。“那是蚁球。”一位老者说；“蚂蚁这东西，很有灵性。有一年发大水，我也见过一个蚁球，有篮球那么大。洪水到来时，蚂蚁迅速抱成团，随波漂流。蚁球外层的蚂蚁，有些会被波浪打入水中。但只要蚁球能上岸，或能碰到一个大的漂流物，蚂蚁就得救了。”不长时间，蚁球靠岸了，蚁群像靠岸登陆艇上的战士，一层一层地打开，迅速而井然地一排排冲上堤岸。岸边的水中留下了一团不小的蚁球。那是蚁球里层的英勇牺牲者。他们再也爬不上岸了，但他们的尸体仍然紧紧地抱在一起。那么平静，那么悲壮——于是，我开始为此而努力：一个有凝聚力的团队，应该象在遇险境时能迅速抱成一团产生出惊人的力量而最终脱离险境的“蚁球”，在我们呼叫中心全体员工的互帮互助与精诚团结下，不惧用户的无理纠缠，不惊投诉者的古怪刁钻，嗬，一大堆骚扰用户又何防！

很幸运的是，我们呼叫中心本身就是一个充满了激情和活力的团队，而且每一个身处其中的人在“逆水行舟，不进则退”的动力支持中积极地参予着这个团队的建设。在与另外一位班长良好而默契的配合下，我们彼此取长补短，查漏补缺，再加上部门经理的大力支持和富有亲和力的微笑，不管遇到什么困难，我们都能团结一心，寻求到行之有效的处理办法，渡过难关，将话务管理日臻完善地进行下去。众所周知，公话业务历来是用户争议和投诉的焦点，公话及卡类用户每月因业务上的原因在呼叫中心的投诉率是最高的，班长工作中很大一部分压力就是来源于此，所以在处理此类投诉时总是如履薄冰，小心谨慎，唯恐因处理不好而引起越级投诉。而每每遇到难以决定或影响较大的投诉时总少不了上级领导的帮忙和引导，这在很大程度上为班长的工作减轻了压力，那是一种“天塌下来有人一起扛着”的踏实感。记忆中有好几起这样的投诉，但都有惊无险，最终成为锻造我们能力的经历而不断丰富着我们的客服生涯。

篇3：客服经理年度总结

每年到了这时候，正是我们忙得不亦乐乎的时候！忙归忙，年终工作总结还是要写的，写了可以让我接下来的工作更有方向，写了可以把我今年的收获也总结总结，给自己积攒一点自信心，让这份自信心引领着我继续创丰收！

一、服务态度决定了我们店的火爆程度

我是从一个网站深度用户进入网站客服这个岗位的一员，我深深的明白网站上客服的态度基本上觉得了我们店的火爆程度。于是，我在这一年里，继续用我微笑的服务对待着每一位向我咨询我们店产品的客户，换来了我们店从一个皇冠冲到了两个皇冠的火爆。我在面对客户的过程中，受了很多客户的反馈，她们告诉我，我们家的产品虽然算好，但不是最好的那

一家，但最后选择了在我们家店买东西，是因为我们的服务态度好，有的店东西好像很好，但是客服却是爱搭不理的态度，使得看不见人的客户们都不知道如何深入了解那家店的东西。由此我知道，好的服务态度是与客户建立联系的通道。

二、个人努力程度决定了我们的业绩表

在今年的工作中，我还是一如既往的努力着，因为我知道我们网站客服的个人努力程度决定了我们那张清清楚楚明明白白的业绩表，如果想要在业绩表的顶端，那就得付出比其他人更多的努力去换取。很高兴，在今年的努力中，我也得到了相应的回报，我的名字排在了业绩表的第一行。这是我稳居第一行的第三年，连我们老板都笑着说要给我升职了。不管最后会不会升职，反正我清楚，付出多少就能收获多少，只看我愿不愿意去付出，在哪个职位都不是关键，关键还是在我们个人的努力程度上。

三、对于接下来的工作我已有一些打算

现在我们店的工作已经进入了全年中最忙的时候了，相比双十一的忙碌，我们也没想到过年前的这段时间是更忙碌的时候。我打算在现在这最忙的时候，再给客户们准备一些小福利，在每一次客户购买了产品的时候再附上这些小福利，让每一个在此时买我们家产品的客户都甜到心里，过一个满意满足的开心年。我相信这样做后，那些客户会记着我们家店的，记着这家用服务来换取真心的好店，让他们明白我们家的皇冠是真正用品质换来的荣耀！

篇4：客服经理年度总结

一、管理精细化

理赔工作在保险业务中具有举足轻重的地位，它不仅事关保险公司自身的经济效益和发展，也影响到保险职能作用的发挥及社会效益的实现，对保障社会稳定和人民的安居乐业发挥着积极的作用。为此我们在理赔管理中，本着各自的工作岗位和分工，认真履行职责，努力学习有关理论和规定。随着公司‘精’‘细’‘微’管理的深入，制定了本部一系列规章制度，岗位到人，职责到人，奖罚到人。在理赔数据管理中，严抓落实，保证了数据的真实性、一致性、正确性、及时性和规范性，使理赔管理工作，达到了上级公司的要求。

二、工作标准化

理赔工作中我们坚持实事求是、“迅速、及时、准确、合理”的原则，狠抓理赔和防灾防损质量的提高，工作讲究高标准严要求。首先从抓第一现场的查勘率入手。只要接到报案，无论事故大小，无论白天黑夜，始终坚持赶到第一现场，掌握第一手资料，严格按照快速赔付流程，为客户提供力所能及的方便。坚持双人查勘，双人定损，限时赔付，不断提高服务质量；坚持24小时值班制度，积极参与“三个中心”建设，进一步提高了服务水平；加大了考核力度；积极做好防灾防损工作，及时拟定了重大客户防灾防损工作预案、夏季防汛安全检查办法、冬季防火防爆安全检查办法，始终做到提前把握，提前介入，增强了防范风险的能力，收到了良好的

社会效果。我们狠抓理赔管理，加快理赔速度，加强队伍建设，提高服务水平，改善服务形象，切实挤压理赔水分，实现有效降赔，较好的完成了各项理赔指标。

三、服务规范化

保险市场竞争不外乎是价格竞争、品牌竞争、服务竞争，而服务竞争在保险市场竞争中具有十分重要的作用。作为客户服务部来说，服务的好坏直接关系到公司的发展与生存。因此，我们部把理赔服务工作放在了重要位置。组织大家学习，充分认识客户服务的重要性，扎扎实实抓好客户服务工作，建立健全了服务制度，服务措施，规范了服务行为，于细微处见精神。比如客户随时随地上门办理业务，我们都能提供周到的服务;能一次办好的业务，不让客户跑第二次，每理算好一件赔案都会及时的电话通知保户前来领款。半年来我们不断改进工作作风，提高了服务质量，提高了客户满意度，尽职尽责的完成了工作。

流火的七月，屡屡攀升的气温，象征着我们人保公司的各项工作水平，正在发生着一天天的变化和提高，令人欣喜、振奋。是的，成就代表过去，辉煌铸就未来。今后我们要加强学习，努力提高业务技能，精诚团结、扎实工作、奋力拼搏，为确保全年目标顺利完成而努力奋斗。衷心祝愿我们的人保事业蒸蒸日上，公司大而富强。

篇5：客服经理年度总结

20xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，接近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年十月份到公司工作的，同时开头组建销售部，进入公司之后我通过不断的学习产品学问，收取同行业之间的信息和积累市场阅历，现在对预付费储值卡市场有了一个深化的熟悉和了解。可以清楚、流利的应对客户所提到的各种问题，精确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，渐渐取得客户的信任。所以经过努力，也取得了几个胜利的客户资源，一些优质客户也渐渐积累到了肯定程度，对市场的熟悉也有一个比较透亮的把握。在不断的学习产品学问和积累阅历的同时，自己的力量，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高。

虽然之前始终在从事销售的相关工作，有肯定的销售学问与阅历，但比较优秀的胜利的销售管理人才，还是有肯定距离的。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对销售人员的培训，指导力度不够，影响销售部的销售业绩。

一.部门工作总结

在将近三个月的时间中，经过销售部全体员工共同的努力，争论制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，公司宣扬资料《至客户的一封信》，为各媒体广告出谋划策，提出“万事德行天下”的核心语句，使我们公司的产品知名度在太原市场上慢慢被客户所熟

悉。部门全体员工累计整理黄页资料五千余条，寄出公司宣扬资料三千余封，不畏寒冷，在税务大厅，高新区各个写字楼进行生疏访问，为即将到来的疯狂销售旺季打好了基础做好了预备。团队建设方面，制定了具体的销售人员考核标准，与销售部运行制度，工作流程，团队文化等。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

1) 从销售部门销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的非常的失败。

2) 沟通不够深化。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的状况非常清楚的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某项建议不能做出快速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

3) 工作没有一个明确的目标和具体的方案。销售人员没有养成一个写工作总结和方案的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的安排，工作局面混乱等各种不良的后果。

4) 新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作方案性不强，业务力量还有待提高。

二.市场分析

现在太原消费卡市场品牌许多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。表面上各家公司之间竞争是激烈的，我公司的消失更是加剧了这一场竞争战。但冷静下来认真分析，我公司的核心竞争力，例如发卡资金的监管，山西省境外商户的数量与质量，以及我公司雄厚的资金实力与优质的客户资源，都是其他公司无法比拟的。

在太原市场上，消费卡产品品牌众多，但以我公司雄厚的实力为平台，加以铺天盖地的宣扬态势，以及员工锲而不舍的工作劲头，在明年的消费卡市场取得大比例的市场占有率已成定局，打造山西省业内的第一品牌指日可待。

市场是良好的，形势是严峻的。在太原消费卡市场可以用这一句话来概括，在技术进展飞速地今日，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把销售做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个蓬勃进展的机会。