# 移动客服工作总结

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-08-27

*第一篇：移动客服工作总结一、重视函件大客户服务工作，提高从业人员综合素质。今年以来，全省上下深入贯彻函件业务一把手工程，主要领导负总责，分管领导抓好落实，切实搞好函件业务大客户服务管理工作。领导的重视，为大客户服务和管理工作提供了组织保证...*

**第一篇：移动客服工作总结**

一、重视函件大客户服务工作，提高从业人员综合素质。今年以来，全省上下深入贯彻函件业务一把手工程，主要领导负总责，分管领导抓好落实，切实搞好函件业务大客户服务管理工作。领导的重视，为大客户服务和管理工作提供了组织保证。省局高度重视函件大客户的服务和管理工作，在年初就下发文件，要求各部门、各市局领导要高度重视大客户服务和管理工作，并成立大客户服务领导小组和服务小组，明确服务小组成员，加强对大客户的服务和管理工作。函件专业成立了以省局分管局长为组长的领导小组，服务小组的组长、副组长分别由市场经营处和信函广告局领导当任，信函广告局的其他同志为服务小组成员，共同为大客户提供优质的服务。市场经营处、省信函广告局领导亲自带领相关人员，深入到大客户当中，了解大客户的用邮需求，搞好大客户的营销工作，一年来，先后多次深入到省移动、省电信、省地税、省人保、东南汽车等大客户，就相关业务与大客户进行洽谈，收到了很好的效果，为全省的大客户服务和管理工作树立了很好的示范和榜样。各地市局也成立相应的大客户服务领导小组，做好各自的大客户的服务和管理工作。福州局的领导亲自带领专业公司的同志，做好大客户的服务工作，深入到大客户中间，亲自参与业务的洽谈，项目的谈判，搞好市场营销工作，取得较好的效果。全省上下高度重视建设学习型营销团队，加强业务知识和营销技巧培训，提高为大客户服务的水平。省局于4月底举办了全省邮政商函广告经理培训班，对各地市商函公司经理进行培训，并由信函广告局的相关同 志组成了商函巡讲团，在福州、泉州、漳州、莆田等地市组织了8场数据库营销巡讲工作。巡回培训的对象是各地市商函从业的营销、策划、文案、设计等岗位的人员。巡讲的内容为XX年全省函件业务发展工作思路、如何推广数据库营销、如何抓好商函大客户管理、如何做好商函营销策划、如何加强名址库建设等。同时还在现场组织营销员进行互动的模拟营销。为提高大客户的服务技巧，使商函业务人员成为星级大客户经理，省函件局分别于10月份和11月份聘请厦门博格管理咨询有限公司开办了两期全省商函客户经理培训班，培训对象是全省商函的客户经理，培训内容涉及到商函客户经理素质、信息收集与认知能力、客户沟通开拓能力、客户关系维护与维护能力等方面。通过上述的集中培训，省信函广告局XX年对800多人次的商函从业人员进行培训，提高了全体从业人员的大客户服务水平。

二、加强大客户档案管理，为经营工作服务。今年以来，各局更加注重大客户资料的建立完善。通过对大客户的走访，搜集整理大客户的资料，对大客户的资料进行归类整理，健全完善大客户档案，加强管理。省局针对大客户的分类，重点做好省级大客户资料的健全完善。一年来，省局函件业务大客户服务小组注重对省级大客户的走访公关，加强与客户平时的联络沟通，建立良好的公共关系，建立完善了福建省电信集团公司、福建省移动通信有限责任公司、中国联通有限公司福建分公司、中国建设银行福建省分行、中国银行福建省分行、中国农业银行福建省分行、东南（福建）汽车工业有限公司、福建省地方税务局等8家大客户资料。各局在建立完善大客户资料的基础上，采取动态管理的办法，对大客户资料进行适时的修改完善，保证大客户资料的准确性，采取相应的营销公关方法，提高大客户服务的效果。

健全完善的大客户资料，使各局在开展经营工作时目标更加明确，营销公关更有针对性，收到了事半功倍的效果。

三、注重项目的营销策划工作。今年以来，各局在着力提高服务水平的前提下，注重为大客户制订策划书，做到方案先行，营销方式由原先的人情营销、关系营销转变为以方案营销和交叉营销为主的营销方式。方案营销的加强，在为企业赢得业务收入的同时，也为全省大客户管理积累了许多好的经验。《东南汽车数据库营销方案》、《集美学村90周年纪念活动邮政整体服务方案》、《信达汽车销售公司邮寄商业信函策划案》、《海尔商业信函策划案》、《5·18海交会项目策划案》等营销项目策划案都是针对大客户开展的活动所制定的营销策划方案，体现了客户价值的实现，也使大客户服务水平上了一个新台阶。福州局通过方案营销，为东南（福建）汽车工业有限公司制作26.25万枚的邮资封，利用名址信息，寄递促销类商函，宣传东南汽车公司刚刚面市的新款车，函件业务创收34万元。在此基础上，与东南汽贸公司就数据库营销工作做进一步的洽谈，共同征集汽车消费客户的名址信息，取得较好的效果；为移动公司推介利用企业拜年卡业务进行客户维护，得到移动公司的认可，开发贺卡型企业金卡7万枚，创收38.5万元。厦门局通过方案营销实现了海尔工贸、福特汽车等商函客户的突破。同时，厦门局还实施客户资源共享化策略，利用不同企业的数据库展开交叉营销，即通过对客户a的用户进行客户b的业务宣传，又对客户b的用户进行客户a的宣传，在客户ab间不存在行业竞争的前提下实现双向互动。他们在为中国银行策划本册型中邮季刊邮寄给长城卡的用户时搭载移动公司的全球通业务宣传，在移动对帐单中夹寄中国银行的理财宣传，发展巴黎春天百货成为移动公司的联盟商家，持移动的金卡可在巴黎春天享受vip折扣，因此每逢节假日巴黎天都会利用移动公司的数据邮寄优惠资料。详尽、可行、双赢的方案，容易得到客户的认可，促成营销 活动的成功。一年来，省局本着统谈分签的思路，先后为省移动公司、省电信公司、省地方税务局、省人民财产保险公司、福建东南汽车公司等大客户量身定做了营销活动方案，得到客户的认可，有些方案已经得以落实，产生效益。省移动公司的全球通升级版客户对账单、福建东南汽车公司利用邮政数据库信息进行汽车产品推介的方案都取得了很好的效果，在为客户提供优质服务的同时，也为邮政企业带来较好的经济效益。

四、加强对大客户整体性营销活动的开发。各局结合节假日、客户重要节日等节日商机，针对大客户的用邮特点，充分了解大 客户的用邮需求，注重对大客户的深度开发。福州局紧紧抓住大众消费习惯，结合建设银行准备开展刷龙卡贷记卡，奉上温馨年夜饭业务促销的有利时机，制定宣传促销方案，为客户制作活动宣传单10万份，借助邮政数据库营销手段，对目标客户进行寄送宣传，创收18.2万元，收效显著。抓住国庆、圣诞、元旦、春节等节日商家加大促销的商机，为麦德龙、好又多、大洋百货、世纪联华等大客户寄送广告类促销商函，帮助客户促销商品，发展业务，增加了邮政商函收入。

厦门局注重做好大客户的维护和开发工作，对戴尔公司、好 又多商场、麦德龙商场、海尔工贸、厦门航空、旅游景点大客户 进行开发，5月份以来，戴尔公司的月均广告类商函寄递量均达50万件以上，月交寄业务量持续高居我省榜首；厦门好又多商场月均商函寄递量近30万件；厦门麦德龙商场月均商函寄递量达9万件；5月份为海尔工贸制作邮简式商函8万件；11月份为厦门航空寄递白鹭里程卡账单3.52万件；为厦杏摩托加印服务质量反馈卡式明信片5万枚；景点门票明信片市场拓展较为成功，5月份和7月份制作万石植物园旅游门票明信片20万枚；8月开发鼓浪屿门票明信片7万枚；10月份开展鼓浪屿钢琴博物馆4万枚门票明信片。泉州局抓住移动进行全球通十周年《蓝色盛典》宣传的有利时机，为大客户制作纪念封、门票等，创收44.11万元。安溪局利用5·17世界电信为电信和移动公司分别寄递广告类商函，为大客户的宣传进行服务，增加邮政商函收入；在教师节来临之际，搞好移动分公司大客户整体性营销活动的策划，开发集问候和优惠刮奖券于一身的问候型明信片教师问候刮奖卡明信片；泉州市区分局和晋江局利用商函数据库为房地产商、机械厂、会展公司、商会等行业客户寄递商函近30万件。漳州局大力开拓学校教育市场，抓住大中专院校招生录取的契机，积极拓展录取通知书市场，由联通公司出资，为三所学校制作录取通知书，在录取通知书中夹联通公司业务宣传，创收14.5万元；抓住教师节的契机，与团市委合作，开展十万贺卡颂师恩活动，创收146万元；12月份抓住飞向太空中国载人航天展在漳州市农展馆举行的契机，参与此次航展的策划、制票、售票，共制作了7万张明信片门票。诏安局抓住夏季高温用电负荷急剧攀升，政府大力推行节约型社会的有利时机，积极公关，成功为诏安县电力公司策划并制作了《安全用电知识》系列宣传广告8万份，并由电力公司提供名址按址投递，不仅创收6万元，并通过此项业务收集整理出近10万用电户名址信息，达到了一举两得的效果。莆田局在与电信、移动公司签定账单寄送协议的基础上，积极向客户宣传利用账单名址进行数据库营销的意义，得到客户的认可，定期为客户寄送商函进行个性化的业务宣传，取得了双赢的效果。各市局还针对函件业务的特点，结合每个阶段工作的重点，时地推出活动策划方案，在为大客户提供优质服务的同时，挖掘潜在的客户。今年来，省局针对业务特点，先后制定了数据库营销服务专家、金秋鸿雁数据库营销套餐、企业拜年卡业务推介、吉祥如意贺年有奖保险明信片、邮政国际特惠邮资信封和明信片等业务推介书，针对大客户和潜在的客户，运用数据库营销手段，在全省范围内对目标客户进行寄递，搞好重点业务的宣传推介，刺激了客户的需求，收到了良好的效果。

五、走访大客户形成制度，了解大客户对邮政服务的意见和建议。走访客户，及时了解客户对邮政服务的意见和建议，及时了解客户的需求，可以使我们的服务工作有的放矢，事半功倍。各地市局大客户服务小组领导亲自带领大客户服务小组成员，坚持定期、不定期走访大客户，注重平时的情感交流，搞好与大客户的公共关系。厦门、漳州等局经常对大客户进行走访公关，加深和大客户的感情。通过走访公关，获取更多的客户信息，开展有的放矢的营销活动，对大客户进行深度的业务开发。宁德局在业务揽收过程中，注意搜集客户信息，在了解到移动公司要开展一系列宣传活动的信息时，主动走访客户，帮助大客户制订活动方案，为移动动感地带三人篮球赛、移动创作大赛提供服务，增加商函业务收入。龙岩局在对电信客户走访过程中，了解到电信客户准备对无绳电话进行阶段性的促销，为大客户制订促销方案，利用广告类促销商函进行寄发，得到客户的认可。三明局、南平局为大客户设立大客户代表，加强与大客户的沟通，及时了解大客户的信息，开展相应的营销活动，取得了较好的营销效果。

一年来，我们虽然在大客户的服务管理上取得了一些成绩，但也存在一些问题，主要表现在以下几个方面。 对大客户需求的研究还不够。今年以来，虽比较注重项目的开发，但对客户的需求研究还不够，特别是地市局，忙于对市场、客户的维护，忙于日常的经营工作，对大客户的用邮需求，没有花更多的时间进行研究，对大客户的服务缺乏针对性。走访公关的频次还不够。由于平时忙于事务性的工作，对大客户的走访公关还比较少；有时是有业务时，或针对一些具体的项目，才上门进行服务，管理和服务的力度较大，而疏于平时对大客户的走访公关。对大客户的深度开发还不够。这是我们目前大客户服务管理中较为薄弱的，常常仅就某个项目，或某项业务，对大客户开展服务工作，缺乏对大客户的深度开发。方案营销的力度还需要加强。虽然省局对全省性的业务制定营销方案，但只能对全局的工作进行总体的安排和部署，需要各局结合各自的实际加以落实。在方案执行过程中，还存在不能结合各自的实际，制定营销方案，搞好方案营销的现象。对大客户的营销项目落实不够。对大客户制定营销方案后，抓落实的力度还不够。特别是营销项目策划方案到各地市局后，一些单位策划能力较弱，抓落实的力度还不够，影响了项目开发的结果。

**第二篇：移动客服工作总结**

移动客服工作总结范文

工作总结频道为大家整理的移动客服工作总结范文，供大家阅读参考。

去年的20xx年已经过去了，我们迎来的是崭新的20xx年，虽然20xx年已经是过去式，但是所有的事情感觉就像是在昨天发生的一样，我们每天都在做着同样的工作说着同样的话，但是好像到了年终的时候却只有那么一点点的收获，耳边经常回想起这样的话语：“努力做好我们的服务和营销，既然你选择了移动公司这份工作你就要把它认真的做好”。其实每天都是和不同的人在打交道，形形色色的人都有，其中当然也包括有些客户自身也是做服务行业的，她们都说过同样的话，那就是现在的服务行业不好做啊？但是我们不能因为别人的一句话就在思想上动摇了，我们坚信自己可以做得很好。

今天开晚班会的时候突然听到营业厅经理告诉我们，去年的20xx年的12月份最后一个月暗访成绩竟然是我们听到的最不好的消息，通信广场有史以来是湖北省内的所有营业厅的标杆形象，只要一有人提到通信广场营业厅没有人不竖起大拇指表扬的，可是时至今日为什么会到这种地步呢？到底是什么原因造成我们出现这样的情况呢？作为我们这些在移动公司做的时间长一点的营业员来说是从未有过的成绩们之前一直都在强调的服务抛诸脑后忘得一干二净了，新的员工缺少实战经验，基本的服

务没有经过培训可能会有些突发情况，但是作为老点的营业员应该主动帮助和提醒她们，在服务的过程当中是如何做的，而不是任由她们自己像怎么做就怎么做。平时不忙的时候可以坐下来相互之间交流经验，而不是一味的坐在一起聊天，每天在工作中出现的问题要学会下次如何去解决，而不是一味的依赖别人帮忙处理，在过去的一年当中我们可能并没有很认真的去做自己的工作，好像每天都在敷衍自己一样，有时候睡觉的时候想想觉得自己每天的工作是否对得起自己，难道是现在的服务真的很难做还是我们没有用心去认真的做呢？

现在说这些也于事无补，我们必须从现在开始努力做好自己的工作，把以前丢掉的东西全部捡起来，在开门红的阶段和过年来临之际一定要打个漂漂亮亮的仗，要在 2024年的元月份取得一个很好的成绩，开开心心的过个好年，这样才对得起自己的工作，不要让领导失望，要让所有人都肯定通信广场的实力仍然是存在的，是别人学习和认可的！希望我们所有的人都努力，服务和营销不是靠一个人的力量来做好的，而是所有人的共同努力来做好的，我们是一个大家庭是一个整体的团队，希望我们自己一定要认真努力做到。相信我们是最棒的！

**第三篇：移动客服工作总结**

一、重视函件大客户服务工作，提高从业人员综合素质。今年以来，全省上下深入贯彻函件业务一把手工程，主要领导负总责，分管领导抓好落实，切实搞好函件业务大客户服务管理工作。领导的重视，为大客户服务和管理工作提供了组织保证。

省局高度重视函件大客户的服务和管理工作，在年初就下发文件，要求各部门、各市局领导要高度重视大客户服务和管理工作，并成立大客户服务领导小组和服务小组，明确服务小组成员，加强对大客户的服务和管理工作。函件专业成立了以省局分管局长为组长的领导小组，服务小组的组长、副组长分别由市场经营处和信函广告局领导当任，信函广告局的其他同志为服务小组成员，共同为大客户提供优质的服务。市场经营处、省信函广告局领导亲自带领相关人员，深入到大客户当中，了解大客户的用邮需求，搞好大客户的营销工作，一年来，先后多次深入到省移动、省电信、省地税、省人保、东南汽车等大客户，就相关业务与大客户进行洽谈，收到了很好的效果，为全省的大客户服务和管理工作树立了很好的示范和榜样。各地市局也成立相应的大客户服务领导小组，做好各自的大客户的服务和管理工作。福州局的领导亲自带领专业公司的同志，做好大客户的服务工作，深入到大客户中间，亲自参与业务的洽谈，项目的谈判，搞好市场营销工作，取得较好的效果。

全省上下高度重视建设学习型营销团队，加强业务知识和营销技巧培训，提高为大客户服务的水平。省局于4月底举办了全省邮政商函广告经理培训班，对各地市商函公司经理进行培训，并由信函广告局的相关同 志组成了商函巡讲团，在福州、泉州、漳州、莆田等地市组织了8场数据库营销巡讲工作。巡回培训的对象是各地市商函从业的营销、策划、文案、设计等岗位的人员。巡讲的内容为XX年全省函件业务发展工作思路、如何推广数据库营销、如何抓好商函大客户管理、如何做好商函营销策划、如何加强名址库建设等。同时还在现场组织营销员进行互动的模拟营销。为提高大客户的服务技巧，使商函业务人员成为星级大客户经理，省函件局分别于10月份和11月份聘请厦门博格管理咨询有限公司开办了两期全省商函客户经理培训班，培训对象是全省商函的客户经理，培训内容涉及到商函客户经理素质、信息收集与认知能力、客户沟通开拓能力、客户关系维护与维护能力等方面。通过上述的集中培训，省信函广告局XX年对800多人次的商函从业人员进行培训，提高了全体从业人员的大客户服务水平。



二、加强大客户档案管理，为经营工作服务。今年以来，各局更加注重大客户资料的建立完善。通过对大客户的走访，搜集整理大客户的资料，对大客户的资料进行归类整理，健全完善大客户档案，加强管理。省局针对大客户的分类，重点做好省级大客户资料的健全完善。一年来，省局函件业务大客户服务小组注重对省级大客户的走访公关，加强与客户平时的联络沟通，建立良好的公共关系，建立完善了福建省电信集团公司、福建省移动通信有限责任公司、中国联通有限公司福建分公司、中国建设银行福建省分行、中国银行福建省分行、中国农业银行福建省分行、东南（福建）汽车工业有限公司、福建省地方税务局等8家大客户资料。各局在建立完善大客户资料的基础上，采取动态管理的办法，对大客户资料进行适时的修改完善，保证大客户资料的准确性，采取相应的营销公关方法，提高大客户服务的效果。健全完善的大客户资料，使各局在开展经营工作时目标更加明确，营销公关更有针对性，收到了事半功倍的效果。

三、注重项目的营销策划工作。今年以来，各局在着力提高服务水平的前提下，注重为大客户制订策划书，做到方案先行，营销方式由原先的人情营销、关系营销转变为以方案营销和交叉营销为主的营销方式。方案营销的加强，在为企业赢得业务收入的同时，也为全省大客户管理积累了许多好的经验。《东南汽车数据库营销方案》、《集美学村90周年纪念活动邮政整体服务方案》、《信达汽车销售公司邮寄商业信函策划案》、《海尔商业信函策划案》、《5·18海交会项目策划案》等营销项目策划案都是针对大客户开展的活动所制定的营销策划方案，体现了客户价值的实现，也使大客户服务水平上了一个新台阶。福州局通过方案营销，为东南（福建）汽车工业有限公司制作26.25万枚的邮资封，利用名址信息，寄递促销类商函，宣传东南汽车公司刚刚面市的新款车，函件业务创收34万元。在此基础上，与东南汽贸公司就数据库营销工作做进一步的洽谈，共同征集汽车消费客户的名址信息，取得较好的效果；为移动公司推介利用企业拜年卡业务进行客户维护，得到移动公司的认可，开发贺卡型企业金卡7万枚，创收38.5万元。厦门局通过方案营销实现了海尔工贸、福特汽车等商函客户的突破。同时，厦门局还实施客户资源共享化策略，利用不同企业的数据库展开交叉营销，即通过对客户a的用户进行客户b的业务宣传，又对客户b的用户进行客户a的宣传，在客户ab间不存在行业竞争的前提下实现双向互动。他们在为中国银行策划本册型中邮季刊邮寄给长城卡的用户时搭载移动公司的全球通业务宣传，在移动对帐单中夹寄中国银行的理财宣传，发展巴黎春天百货成为移动公司的联盟商家，持移动的金卡可在巴黎春天享受vip折扣，因此每逢节假日巴黎天都会利用移动公司的数据邮寄优惠资料

五、走访大客户形成制度，了解大客户对邮政服务的意见和建议。走访客户，及时了解客户对邮政服务的意见和建议，及时了解客户的需求，可以使我们的服务工作有的放矢，事半功倍。各地市局大客户服务小组领导亲自带领大客户服务小组成员，坚持定期、不定期走访大客户，注重平时的情感交流，搞好与大客户的公共关系。厦门、漳州等局经常对大客户进行走访公关，加深和大客户的感情。通过走访公关，获取更多的客户信息，开展有的放矢的营销活动，对大客户进行深度的业务开发。宁德局在业务揽收过程中，注意搜集客户信息，在了解到移动公司要开展一系列宣传活动的信息时，主动走访客户，帮助大客户制订活动方案，为移动动感地带三人篮球赛、移动创作大赛提供服务，增加商函业务收入。龙岩局在对电信客户走访过程中，了解到电信客户准备对无绳电话进行阶段性的促销，为大客户制订促销方案，利用广告类促销商函进行寄发，得到客户的认可。三明局、南平局为大客户设立大客户代表，加强与大客户的沟通，及时了解大客户的信息，开展相应的营销活动，取得了较好的营销效果。

一年来，我们虽然在大客户的服务管理上取得了一些成绩，但也存在一些问题，主要表现在以下几个方面??对大客户需求的研究还不够。今年以来，虽比较注重项目的开发，但对客户的需求研究还不够，特别是地市局，忙于对市场、客户的维护，忙于日常的经营工作，对大客户的用邮需求，没有花更多的时间进行研究，对大客户的服务缺乏针对性。

走访公关的频次还不够。由于平时忙于事务性的工作，对大客户的走访公关还比较少；有时是有业务时，或针对一些具体的项目，才上门进行服务，管理和服务的力度较大，而疏于平时对大客户的走访公关。

对大客户的深度开发还不够。这是我们目前大客户服务管理中较为薄弱的，常常仅就某个项目，或某项业务，对大客户开展服务工作，缺乏对大客户的深度开发。

方案营销的力度还需要加强。虽然省局对全省性的业务制定营销方案，但只能对全局的工作进行总体的安排和部署，需要各局结合各自的实际加以落实。在方案执行过程中，还存在不能结合各自的实际，制定营销方案，搞好方案营销的现象。

对大客户的营销项目落实不够。对大客户制定营销方案后，抓落实的力度还不够。特别是营销项目策划方案到各地市局后，一些单位策划能力较弱，抓落实的力度还不够，影响了项目开发的结果。

**第四篇：移动客服工作总结（范文模版）**

一、重视函件大客户服务工作，提高从业人员综合素质。今年以来，全省上下深入贯彻“函件业务一把手工程”，主要领导负总责，分管领导抓好落实，切实搞好函件业务大客户服务管理工作。

领导的重视，为大客户服务和管理工作提供了组织保证。

省局高度重视函件大客户的服务和管理工作，在年初就下发文件，要求各部门、各市局领导要高度重视大客户服务和管理工作，并成立大客户服务领导小组和服务小组，明确服务小组成员，加强对大客户的服务和管理工作。函件专业成立了以省局分管局长为组长的领导小组，服务小组的组长、副组长分别由市场经营处和信函广告局领导当任，信函广告局的其他同志为服务小组成员，共同为大客户提供优质的服务。市场经营处、省信函广告局领导亲自带领相关人员，深入到大客户当中，了解大客户的用邮需求，搞好大客户的营销工作，一年来，先后多次深入到省移动、省电信、省地税、省人保、东南汽车等大客户，就相关业务与大客户进行洽谈，收到了很好的效果，为全省的大客户服务和管理工作树立了很好的示范和榜样。

各地市局也成立相应的大客户服务领导小组，做好各自的大客户的服务和管理工作。福州局的领导亲自带领专业公司的同志，做好大客户的服务工作，深入到大客户中间，亲自参与业务的洽谈，项目的谈判，搞好市场营销工作，取得较好的效果。

全省上下高度重视建设学习型营销团队，加强业务知识和营销技巧培训，提高为大客户服务的水平。省局于4月底举办了全省邮政商函广告经理培训班，对各地市商函公司经理进行培训，并由信函广告局的相关同 志组成了商函巡讲团，在福州、泉州、漳州、莆田等地市组织了8场数据库营销巡讲工作。巡回培训的对象是各地市商函从业的营销、策划、文案、设计等岗位的人员。巡讲的内容为“XX年全省函件业务发展工作思路”、“如何推广数据库营销”、“如何抓好商函大客户管理”、“如何做好商函营销策划”、“如何加强名址库建设”等。同时还在现场组织营销员进行互动的模拟营销。为提高大客户的服务技巧，使商函业务人员成为星级大客户经理，省函件局分别于10月份和11月份聘请厦门博格管理咨询有限公司开办了两期全省商函客户经理培训班，培训对象是全省商函的客户经理，培训内容涉及到商函客户经理素质、信息收集与认知能力、客户沟通开拓能力、客户关系维护与维护能力等方面。通过上述的集中培训，省信函广告局XX年对800多人次的商函从业人员进行培训，提高了全体从业人员的大客户服务水平。

二、加强大客户档案管理，为经营工作服务。今年以来，各局更加注重大客户资料的建立完善。通过对大客户的走访，搜集整理大客户的资料，对大客户的资料进行归类整理，健全完善大客户档案，加强管理。省局针对大客户的分类，重点做好省级大客户资料的健全完善。一年来，省局函件业务大客户服务小组注重对省级大客户的走访公关，加强与客户平时的联络沟通，建立良好的公共关系，建立完善了福建省电信集团公司、福建省移动通信有限责任公司、中国联通有限公司福建分公司、中国建设银行福建省分行、中国银行福建省分行、中国农业银行福建省分行、东南(福建)汽车工业有限公司、福建省地方税务局等8家大客户资料。各局在建立完善大客户资料的基础上，采取动态管理的办法，对大客户资料进行适时的修改完善，保证大客户资料的准确性，采取相应的营销公关方法，提高大客户服务的效果。

**第五篇：移动客服工作总结**

移动客服工作总结

今年是我公司团委提出“一年打基础，两年求发展，三上台阶”工作目标进行具体实施的第三年，各项工作以邓小平理论为指导，以十六大精神为指针，紧紧围绕公司党政工作的中心任务，按照机关党委提出的“双创优工程”保障“双战略”的要求，年初下发《团委\*年工作要点》对全年工作进行了安排部署，以青年文明号创建活动为主线统揽全局，重点抓好“青年岗位能手”、“青年志愿者”、“青年足球队”三项“青”字号品牌工作，积极开展各种文体活动，带领团员青年发挥突击队和生力军作用，为确保公司圆满完成各项任务做出应有的贡献。

一、思想建设创优，提高团员青年的政治理论水平和思想觉悟

思想是行动的先导。各级团组织把邓小平理论学习活动同贯彻落实jzm“三个代表”的重要思想结合起来，利用“五四”、“七一”、“十一”等重大节日，在团员青年中进行爱国主义、集体主义、社会主义和民族团结宣传教育；通过板报比赛、观看爱国主义影片、参观爱国主义教育基地和定期组织团员青年访问公司的党团，在团员青年中广泛开展理想信念、团员意识和无神论教育。为了真实地了解新形势下公司团员青年的思想道德文化状况，并向各级领导、相关部门如实地反映大家的愿望与呼声，为公司“以人为本”的企业文化建设提供有关信息，团委与机关

党委联合，以问卷调查的形式对改革时期员工的思想状况进行了调查。自治区团委第十次团员代表大会胜利闭幕和共青团第十五次团员代表大会召开之前，团委利用自己的—青年之家以动态画面的形式进行了专题宣传。为认真贯彻十六大精神，组织党员团员探索企业生产、经营和管理的新思路、新方法，团委与机关党委发联合发出通知，号召广大党团员为企业的发展出谋划策贡献金点子。各级团组织大力宣传，广泛动员，层层征集筛选，将创意新颖、主题突出、特色鲜明、操作性强并具有较强实效性的近百个案例上报参加了“金点子大赛”的评选。

今年，是我党建党\*周年。七一前夕，团委配合机关党委紧紧围绕这一主题，结合全国人民齐心协力、众志成城抗击非典型肺炎取得全面胜利的新形势，举办了“‘深入贯彻十六大精神，喜迎党的\*岁生日’板报比赛”、“十六大知识网上答题”、“庆七一‘党团建设杯’十六大知识竞赛”和“烈士墓前向党表决心”系列庆祝活动，广大团员青年积极踊跃地参与了各种庆祝活动。

根据“团员喜欢、团力能及”的原则，团委为所有团干部购买了企业管理畅销书籍《把信送给加西亚》，要求大家利用业余时间进行研读，一些团干部写了感想，其中客服中心团支部副书记姚鸿云写的读后感被《新疆移动通信》杂志刊登；共青团十五大召开后，团委为团干部购买了《共青团十五大、团章知识辅导》,组织团干部进行了学习讨论；营销中心团总支、设计院团

支部都先后组织团员青年观看了《首席执行官》、《惊涛骇浪》等电影佳作，数据中心团支部学习美国哲学家罗曼。皮尔所著《态度决定一切》，开展了读书大讨论。

进入第四季度，公司做出了开展系列劳动竞赛的决策，团委联合机关党向各级党团组织和广大党员团员发出“决战百天，让党旗团旗在劳动竞赛中高高飘扬”的倡议，各级党团组织纷纷响应，进行了相应的宣传动员，先后开展了“业务技能大赛”、“岗位练兵”和“计算机操作比赛”等为劳动竞赛造声势、打基础的活动。同时团委还与机关党委联合创办《党团风采》及时报道劳动竞赛中党团组织、党团员的动态，截止目前已出了三期，其中《客服中心五名团员形成乌鲁木齐地区“短信普及行动”劳动竞赛的领跑军团》、《短信王—团员王燕的心里话》《号召力凸现，先进党团支部成为客服中心争先创优的保障》等文章对团员青年起到了很大的号召、激励、促进作用。

客服中心团支部将中心的简报作为青年员工的思想阵地，团小组长及时将员工中的好思想、好做法、好事迹形成短文投稿，形成了中心简报从不间断的稿源。X月X日，客服中心团支部组织了“缅怀革命先烈、学唱一首歌”活动。通过向先烈、向团旗宣读献身移动通信事业的誓词，学唱革命歌曲，青年员工的工作责任心普遍增强。七一前夕，众信公司团支部组织团员青年到人民广场观看升国旗仪式，接受了爱国主义教育。

二、组织建设创优，建立健全团的各级组织，为共青团的

各项工作提供了组织保障

团的基层组织是团的全部工作和战斗力的基础，各级团组织始终坚持“围绕改革抓团建，抓好团建促党建”的指导思想，根据行政机构的调整，同时调整了团组织的设置；新建行政机构，同时建立了团的组织。各级团组织坚持党建带团建的成功经验，从优化团的组织设置入手，营建了充满吸引力、凝聚力、战斗力的团的基层组织。今年，团委基层组织建设的重点是加强新建部门共青团组织的组建、外聘员工中团员的组织管理和机构变动部门团组织的调整，及时批复营销中心团总支召开成立大会的申请，指导该团总支于X月份完成了的选举工作；根据数据中心成

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找