

服务责任

品牌服务

“心”级比拼

国美华东大区总经理辛克侠亲自拜访用户 管新婷 摄



在产品趋同化,服务差异化”的市场环境下,售后服务的竞争对于企业已经是不得不拼的“鸡肋”。售后服务企业说亏本,消费者说不满意,那么究竟售后服务应该怎样做,今后的发展道路将会去向何方?

似乎是在一夜之间,曾经是消费者喊着要求加强家电售后服务,如今却成了商家增加自己的品牌影响力的一面“旗帜”。虽然商家在声嘶力竭地吆喝着自己的售后服务是如何的完善,但众多消费者却有些不屑地认为:说得好不如做得好。”由此可见,消费者与商家之间的矛盾绝非一日形成。

苏宁“全城服务,满意到家”

苏宁一直强调,“服务是苏宁的唯一产品”,苏宁一向致力于服务的创新和标准化,从售前、售中、售后等消费者接触到的几乎所有环节来完善服务。

2008年苏宁继续坚持以顾客为中心的经营理念,对5S服务进行进一步升级。同时,春节前苏宁还将阳光保服务进一步扩展到全国,联合全球知名的保险公司,为消费者购买的各类电器提供更多深度保障,消费者在苏宁电器购买家用电器后,只需支付小笔服务费用,就可享受苏宁电器提供生产厂家保修期以外的修理或更换服务。

本次3·15期间,苏宁全面启动了主题为

“全城服务,满意到家”的三月服务月活动,将阳光服务带到千家万户,力求给消费者一个实实在在的天天3·15。

五星责任就是不计利益为消费者着想

“两小时准时配送,如超时,按照每10分钟10元的标准对顾客进行补偿。”2008年伊始,五星电器抛出了这么一颗重磅“炸弹”。这个决定背后,是五星在履行为消费者着想的责任,责任背后的艰辛自然也可想而知。但是老总欣喜地表示,自从这项服务启动以来,投诉者寥寥无几。

为消费者着想的理念让五星电器在今年3月再度创新服务内容,在全国一线城市全面推广“为顾客免费保管家电包装箱服务”,这解决了消费者因为冰箱、洗

衣机等电器包装箱体积较大,而不方便保管的难题。老总介绍,是五星在考察市场时发现顾客购买大家电之后没有保管包装箱的习惯,以至于退货时被收取包装费用的问题,才提出了这样的服务。

正是有了这些特色服务做基础,五星电器在3·15前夕刚刚完成了全国范围的服务升级。这一次升级,服务的细节精确到了员工上门服务时必须戴鸭舌帽以免掉落头发在顾客家中,连上门服务时的敲门次数都做了明确规定。

国美赢“心”活动走近消费者

3月5日,在国美“家安保”延保产品推广发布会上,国美常务副总裁王俊洲对外公布了国美在3·15来临之际推出的三个赢“心”决定,+为消费者送上的一份厚厚的大礼。

记者了解到,国美集团将2008年设定为“感动消费者”服务年,开展贴近消费者的赢“心”活动。国美集团3月9日开始,将在全国280多个城市开展为期5天的赢“心”活动。该活动由集团陈晓总裁亲自挂帅,带领集团高管团队、大区总经理及大区高管团队、分部总经理及分部高管团队,共同组成针对消费者的1000人的大型回访队伍,深入全国各地,走进消费者家中,倾听消费者对国美、永乐、大中等大型家电连锁卖场服务的意见和建议,了解消费需求,同时感谢消费者多年来对国美集团各品牌的支持和关爱。

康佳以金牌服务迎接奥运

2月14日,根据北京市工商局公布的春节长假消费投诉数据显示:家电售后服务投诉成为热点,买家电后送货不及时,维修不及时,售后电话长时间占线等有关售后服务的投诉达到40%之多,比去年增加了40%。

康佳2008年将打

出一套组合拳:推行“原厂优质服务”。目前,无照或不具备行业资质而从事维修经营的情况较多,维修人员的整体业务素质水平不高,容易产生一系列问题,侵害了消费者的正当权益。而“原厂优质服务”是通过企业自己的技术人员队伍与正规授权的服务网点相结合的方式,一方面保证服务网络的覆盖率,另一方面加强对服务网点管理的提升,有效消除服务盲区。这必将有助于推动家电维修市场朝着正规化、健康化的方向升级。

据悉,2008年,康佳还将推行一系列提升售后服务的战略举措。如在奥运会期间,将做到售后服务快速响应,为用户提供“备用机”等售后服务保障。在大中城市正常情况下承诺3小时内上门服务,8小时内处理完问题;在消费者更换新机或产品维修期间,康佳将免费提供“备用机”供有需要的用户使用。同时,加快相关配件供应速度,通过周全、便捷的服务体系,降低用户维修产品的“等候”时间,提升用户满意度,打造康佳奥运金牌服务。

呼叫中心作为康佳集团重要的战略功能部门,整合了原有分散于全国各地的客户服务电话中心,进行集中运营。呼叫中心试运营期间已开通30个坐席投入服务,计划一期建成后,将会有150个坐席共计240名坐席人员为全国的康佳产品用户提供24小时的服务,每日将能处理2万条客户来电,真正实现一站式服务。

呼叫中心作为康佳集团重要的战略功能部门,整合了原有分散于全国各地的客户服务电话中心,进行集中运营。呼叫中心试运营期间已开通30个坐席投入服务,计划一期建成后,将会有150个坐席共计240名坐席人员为全国的康佳产品用户提供24小时的服务,每日将能处理2万条客户来电,真正实现一站式服务。

TCL“+1”服务助力08液晶升级

2007年4月,TCL就联合康佳、创维和长虹四家企业发出“3年质保”的承诺,主动作出除整机1年保修等基础“三包”规定外,还规定平板电视核心部件显示屏3年质保。2008年3月,TCL开展了“服务更优质,‘+1’更满意”的

彩电优质服务月活动,做到售前“+”专业导购、售中“+”30分钟预约和24小时安装到位服务、售后“+”显示屏质保三年的服务,务求服务更贴心、更放心和更到位,让奥运之年的全向服务不留一丝遗憾。

方太挑战保期极限

宁波方太厨具有限公司日前作出的一份公开承诺,在竞争日趋激烈的厨电售后市场引起不小震动——方太将其五系产品(油烟机、灶具、消毒柜、微波炉、烤箱)的保修期从原来的三年升级至五年,燃气热水器则由一年提升为三年,均远远超越国家和行业相关标准,可谓挑战产品保期极限。

此番方太追加保修期限,据业内专家按照普通家庭厨电产品平均更换周期估算,基本上可以让用户免费维修直到更换新产品,按维修成本核算,方太消费者至少可以节省几百元维修费用。

海信发布中国平板电视安装服务标准

3月13日,海信正式对外发布了《海信平板电视安装6H服务标准》,明确规定了平板电视的安装服务标准,以高标准、高洁净、高舒适、高品位、高效率和高安全的6H服务将中国平板电视的服务标准提升到一个更高的平台。

海信平板安装服务标准对安装准备、产品安装、检验调试、效果确认、用户评价等5个环节都制定了明确的操作规范,其核心思想就是要凸显对消费者的人性化关怀。

快报记者 杨坤

倾慕 黑银魅力
老板“黑银炫蓝”吸油烟机夺目上市

3·15大型促销详见店内海报
全国统一服务热线: 95105855
南京服务热线: 025-86561213 86554991
服务中心: 汉中门大街56号建威大厦9楼

畅享 2008 运动年

KONKA 康佳 康佳·运动高清液晶 i-sport 36、30、60系列 32寸液晶全面出击

惊爆区: 32寸液晶 惊爆价 **3999** 元

买赠区: 购买LC32DS30 获赠 电磁炉壹台
购买LC32CT36AC 获赠 电磁炉壹台+液晶大礼包
购买LC32DS60C 获赠 5.2立升半自动洗衣机

奥运新品推介区: LC32DS60C 可支持RM/RMVB格式播放 具有色彩自检、智慧引擎及四核驱动等强大功能
LC40DS36C 具有双D影像处理、智能背光调节等强大功能,并带有双USB2.0接口、双HDMI1.3接口

康佳集团股份有限公司

活动时间: 2008年3月15日至2008年3月16日