



晒晒消费者眼中的“星级服务”

在产品质量越来越同质化的今天,比拼服务已经成了各个品牌家电商的“掌中王牌”。今年3·15的主题是“消费与服务”,恰恰说明,对于消费者来说,服务正成为促成购买决定的重要因素。就像人难免要生病一样,家电难免也有出问题的時候,而特殊时期的“关怀”更能考验品牌的服务质量。你心目中的“星级服务”是怎么样的?不少市民纷纷致电或致信本报,分享让他们记忆深刻的服务故事。

□记者 何冬蕾

服务样本1

雨中百合,温暖了用户的心

消费者:宁波 蔡女士
住址:江北双东路锦江花园
体验品牌:海尔
好评关键词:及时 温馨

3月8日,宁波正下着绵绵细雨。准备和家人一起庆祝生日的蔡女士有点心烦,因为家里的冰箱不启动了。“冰着不少东西呢,坏了不得了。”看看已经是下班时间,蔡女士赶紧拨打了海尔服务热线,要求服务人员马上上门服务。

此时,海尔北仑国安家电维修部工程师王师傅正骑着电瓶车往家赶,车篮里还放着一束精心准备的百合花,准备送给自己母亲。在接到网点经理打来的电话后,王师傅调转车头,快速赶往蔡女士家,12分钟后就到了蔡女士家门口。

“我开门一看,一个满头雨水的小伙子站在门口。”蔡女士赶紧让王师傅进门。不到10分钟,冰箱又开始正常工作了,蔡女士悬着的心终于放下了。“技术很精湛,让我可以安心过生日了。”蔡女士赞不绝口。而在得知当天是蔡女士的生日时,王师傅把放在门角塑料袋里的百合花送给了蔡女士:“蔡妈妈,祝您生日快乐,也祝您节日快乐!”

虽然花瓣被雨淋碎了,但却温暖了一位母亲的心。她感动地说:“小伙子,谢谢你!更谢谢你们海尔人,正是有了你们的贴心服务,才让我放心选用海尔产品。我衷心地祝愿海尔能够越走越强大,真正成为国内大品牌大企业的典范。”

●点评:消费者需要的不是空调和洗衣机,而是新鲜空气干净衣物的解决方案以及使用产品的美好体验,我们将以更优质的服务和解决方案服务于宁波市民,实现企业由制造业向服务业的转型,为消费者打造时尚、品味的生活。

海尔集团CMI(中国区)宁波中心总经理唐大伟

服务样本2

连“修”三次电视修出好评

消费者:宁波 夏女士
住址:中山东路888弄
体验品牌:海信
好评关键词:细心 耐心

家住中山东路888弄的夏女士已经成为海信的“免费”口碑宣传员,就在今年春节前后,她切身体会了海信为用户服务的“诚意”。

夏女士已经60多岁了,今年初购买了海信LED液晶电视,2010年2月4日,她就给海信集团电视售后服务部打了电话,“这电视安装好当天很清楚怎么用了两天不清楚了?”

接到电话后,海信维修工程师立即上门,在仔细检查各项指标后发现,有线电视信号输入源没有完全插入电视,导致电视信号源影响了收看效果。海信的工程师说明原因,调整信号,电视画面立刻清晰了。

没过几天,夏女士发现打开电视只能收看一个频道。于是海信的工程师再次上门服务。经检查发现,是由于用户操作不当,电视频道锁住了。“他们挺细心的,知道我年纪大了,所以把最简单的操作方法教给我了。”夏女士蛮开心。

谁知道过了几天,夏女士又来电话了。这次不是电视的问题,是想将电视频道CCTV1-CCTV9次序排列一下。恰逢春节,海信在宁波市区当天卖出去的电视上万台,大部分售后服务人员都放假回家,剩下的售后维修人员在这段时间安装机器都忙得不可开交。在这种情况下,海信电视售后工程师依然立刻登门,帮助夏女士调整好频道。“从第三次上门服务后,这个维修人员每天上班后都给我打个电话,问问电视有没有问题。实在是很感谢他们!”夏女士说,“将心比心”的服务很周到很细致很难得。

总经理点评:放心,就是我们的服务宗旨。我们售后服务人员是从总部过来的,接受过专业的技术培训,也参加过严格服务态度培训。只要用户有要求我们都会不厌其烦的上门服务,直到用户满意为止。“用户的事是头等大事”。用户永远是正确的,不管面对怎么样的用户我们都要微笑服务让用户百分百满意。

青岛海信电器股份有限公司宁波经营分公司总经理从培卫



服务样本3

一次免费服务=一场免费培训

消费者:宁波 施建军
住址:兴宁路1016号东苑新村
体验品牌:奥克斯
好评关键词:热情 专业

“我们家空调买了好几年,而且不是奥克斯空调,没想到参加了他们活动后,他们提供了非常热情的服务。”在体验了奥克斯的上门服务后,家住东苑新村的施建军为此特意写了一封感谢信。

今年3月初,奥克斯推出了“挺身救助孤儿空调,彰显企业责任”的保养活动。“家里空调很久没有清洗过了,我就拨通了服务热线。”施建军说,没想到奥克斯一位穿着工作服带着工具包的服务人员下午就上门了。“噶细心,我请他进门,他还要穿上蓝色鞋套。”

进门后,奥克斯服务人员首先打开了空调面板,“过滤网很久没有清洗了,这样对人体不好”。随后,服务人员边工作边告诉施建军该如何清洗过滤网。等待过滤网晾干期间,服务人员还为施建军检查了外机,“服务很专业,安全带都系好的。”施建军说。

“电线没有发现老化现象,有的空调用了好多年了,万一电线老化很危险的,所以每年使用前都要检查下。”服务人员在检查时还不忘嘱咐施建军。接着又是清洗外机,帮助空调更好散热,提高使用寿命。

试机后,检查出制冷剂不够,服务人员又特意添加了制冷剂。“弄了大概半小时,我以为保养结束了。没想到又给我复习了空调保养之道,平时该怎么维护,遥控器该怎么操作使用。很多小问题平时我们都忽略了,幸好师傅又对我们进行了‘培训’。”施建军感叹,一次上门服务相当于一场“免费”培训,这个电话打“对”了。

施建军感叹,作为一家空调公司,不仅拥有专业的保养技术,还拥有一支过硬的保养团队。这种为用户排忧解难,为公司荣誉而任劳任怨的思想,值得学习和发扬。“真的是十分感谢!”

总经理点评:对无法找到厂家维修的空调提供上门服务体现了奥克斯的社会责任与义务。一直以来,高标准、严要求的售后服务是奥克斯空调的售后服务理念,“用户在我心中、服务在我手中”是奥克斯空调的服务宗旨。所有的奥克斯服务人员都是经过全方位(服务礼仪、专业技能、安全知识等)专业培训。用户100%满意是公司服务的标准。

奥克斯空调有限公司宁波营销中心总经理崔勇

服务样本4

一站式服务赢“青睐”

消费者:宁波 梁女士
住址:桑田路东柳新村
体验品牌:美的
好评关键词:贴心 周到

家住桑田路东柳新村的梁女士是美的品牌的忠实消费者,就在本月,她再一次感受到了美的品牌的专业和对消费者的关怀。

梁女士3年前购买了美的空调,今年家里又添置了美的冰箱和小天鹅洗衣机。2010年3月4日,她拨通了美的24小时售后服务电话4008899315,预约了美的空调的免费清洗服务。

第二天一位身着印有“美的”字样的蓝色工作服的技术人员上门进行服务。“小伙子话不多,但是很专业。”梁女士说,在短短的20分钟内,这位工程师先是对她家的2台空调进行了电源线路检查、内机过滤网清洗和室内机清洗,随后更换了遥控器电池,还赠送了空调机罩。原本以为这次清洗服务到此也就结束了。小伙子问道:“家里还有美的其他的大家电吗?”碰巧的是,梁女士是美的的忠实用户,家里的大小家电基本上是美的旗下的各类产品。

“虽然往年3·15期间,美的空调都会进行预约上门免费清洗服务活动。没想到今年清洗服务还包含了冰箱和洗衣机的清洗服务。”梁女士说,不但清洗,最后工程师还赠送了冰箱除味剂和洗衣剂机罩。“对于此次的清洗服务,我感到非常的满意。”

总经理点评:作为具有40多年发展历程的家电企业,美的一直以满足消费者需求为己任,该理念已融入企业的生产、研发、市场、售后各项活动。2009年下半年进行营销整合后,考虑到消费者的实际需求,美的充分发挥整合优势,把为消费者上门清洗空调的服务向冰箱、洗衣机产品延伸,创新推出“一人上门完成三品类产品保养”的“一站式”服务模式,更好地为消费者服务。急顾客之所急,忧顾客之所忧,共同创造更美好的生活。

宁波美的制冷产品销售有限公司总经理谈文玉

服务样本5

“免费清洗”坚持了十多年

消费者:宁波 徐先生
住址:海曙区中塘路16号
体验品牌:中浙长城空调连锁
好评关键词:无品牌差别 持之以恒

海曙区中塘路16号的徐先生万万没有想到,他一个玩笑性质般的电话居然让他成了长城空调连锁的忠实用户。

“去年9月11日,金报商道周刊家电版上有新闻说,市民可以享受长城空调的免费移机、清洗和消毒服务。”徐先生发现,报上还明显地登出了预约电话。徐先生一向不相信天上会掉馅饼,“说是免费到时候还不是变成收费的了。这种招数太老套了。”怀着几分恶作剧的心情,徐先生拨打了服务电话进行登记,随后就把这事淡忘了。

去年9月15日,徐先生接到了一个陌生的电话,原来是长城空调连锁的售后人员所打来的,询问徐先生什么时候在家,以便上门服务。徐先生反而多了顾虑,“怕免费服务最后变成了收费服务,不过对方很热情,想想就让他们试试,若是对方狮子大开口,大不了让消协来协商。”

维修工如约上门,进门之前还特意套上了鞋套。这让徐先生好感大增,摆出了烟和茶水想招待一下维修工。维修工婉拒了,说是公司规定不抽客户烟,不喝客户茶,不吃客户饭。清洗结束后,徐先生下意识地掏出钱包问价钱,维修工自然又摇头拒绝,说是免费服务。徐先生这才想起来那则广告,等维修工离开之后,徐先生赶紧把这个消息告诉了亲朋好友,“长城的信誉,交关靠谱”。

总经理点评:对于我们来说,服务、价格是两张王牌,服务永远是第一位的。事实也证明在国内众多家电卖场环伺的情况下,成立于1997年的长城空调始终占据着宁波市场空调销售的头把交椅。虽然“免费服务月”是个赔本赚吆喝的“买卖”。但这个“买卖”长城空调连锁坚持了十多年。

宁波市中浙长城空调连锁总经理毛国兴