

安心、真心、用心、诚心
家电圈3·15系列报道

作为日常必需品的家用电器,使用率高、损坏率也高,于是家电维修是每个家电品牌各种售后服务项目中的重中之重,纵观家电维修投诉,维修中遇见的问题仍居主导,而且高且乱的维修费用更是让消费者难以捉摸。

现代快报家电维修
3·15读者热线即日开通:
96060

关于外包:
售后水准大不同

无论何种产品品类,售后服务对于品牌来说都是一项代价极高的企业行为,直营维修店的运营成本高昂,因此不少家电厂商采取了售后外包的做法,甚至出现一个品牌有时有好几家不同的维修商的现象,对外都宣称“授权维修店”。

不得不说,外包售后与企业直接负责的售后还是差别巨大,首先,外包售后的用户体验以及专业水准相对不足;外包的售后维修资质优劣也无法全部保证;售后服务费难以统一标准,售后热线如果将客户指定到一家不够格维修店,那么高价维修也在所难免,从而可能导致另一桩投诉事件的发生。

关于“人为损坏”:
到底谁之过?

“人为损坏”,在维修服务中这是个不算新鲜的用词,然而消费者与厂家各执一词,究竟是不是“人为损坏”,目前也没有任何鉴定机

且高且乱

家电维修
呼唤“透明”

构可为消费者证明清白,因此所谓“人为损坏”基本成了维修商的“一言堂”,而之后产生的维修费就更是无章可循。

到底该由谁买单?记者在采访中了解到,如果是明显的人为损坏,比如明显的外观及内部损坏的情况,厂商明确告知,由消费者买单;如果是由于产品设计或说明书制作不到位造成用户误操作的,这种情况应由厂家承担,但这就要求厂商制订精准的高标准服务准则。

关于“召回”:
给厂家上道紧箍咒

“产品召回”在如今早已不算陌生,呼唤了三年的《家用电器产品召回管理规定》据悉即将在年内出台,家电产品召回规范将被给予高度重视。

“产品召回”发自国家质检局,拥有强大的社会影响力,在此之下若有厂商想隐瞒产品缺陷,任何辩解都将变得苍白无力。如不想被强制召回影响自身品牌效应,家电厂商要么提前主动召回缺陷产品,要么更严格要求自身的设计水平,无论哪种方法,对于家电消费市场的发展都有着强有力的推动作用。

然而,不少消费者对家电召回制度存在一个明显的认识误区,以为召回就是将涉及的缺陷产品向厂商退货。对此,《草案》规定,召回是指按照规定的程序和要求,对存在缺陷的家用电器产品,由生产

商或其组织其他经营者通过补充或修正消费说明、退货、换货、修理等方式,有效预防和消除缺陷可能导致的损害的活动。也就是说,退货并非召回的全部,厂商可以通过换货和修理等其他方式为消费者消除产品缺陷。而作为消费者,要理性看待召回,不能简单地认为召回就是退货,被召回产品就是假冒伪劣产品,这样容易给企业贴标签,给品牌造成伤害。同时家电厂商只要能通过修理、换货等方式合理解决了产品的缺陷问题,不再影响消费者的使用安全,消费者就应该以包容和理解的心态对之,这样才能促进家电召回制度的顺利实施。

关于“透明售后”:
归根结底靠自律

透明售后,在记者随机采访中消费者纷纷表示算是奢望,消费者似乎已经习惯了与厂商斗智斗勇,乱收费、无资质运营、屡修屡坏等问题都侵蚀着消费者对于厂商的信任。一方面我们看到了消费者的呼声,另一方面看到也有商家在试水“延保”服务,试图让有偿服务介入其中,然而归根结底,是否对得起消费者的付出与信任,品牌在获利的时候思考如何回报自己的消费者、拥护者,这恐怕才是对自己品牌最负责的方法,而这其实归根结底是要靠企业的自律才能实现。

现代快报记者 王翌羽

3月4日下午三点,当记者于约定的时间赶到位于南京河西江东中路的江苏联通营业厅时,正在江苏联通10010客服中心忙碌的张媛媛在电话中抱歉地告诉记者,“自己正参加一个临时的考试,麻烦等候一会儿。”大约过了半个小时,张媛媛拨通了记者的手机,她已在联通营业厅了。见面后,简单几句介绍与问候,就能微微地感受到她作为江苏联通10010培训讲师的干练与才能。

您身边的10010:
全面、细致、耐心
小记江苏联通10010客服中心张媛媛

在采访中,记者询问到能不能以故事的形式讲一讲她在工作中的小花絮与一些难忘的经历。在经过简单的思考停顿之后,她微笑着娓娓道来,“我原本是从10010做客服热线一步步努力工作走过来的,从一线的热线人员到班长,到负责质检,再到培训讲师。回想起当初刚开始做10010热线客服人员的那段经历特别难忘,因为做客服代表需要足够的耐心与较强的学习能力。就以眼下为例,现在每位10010热线人员每天需接200个左右的热线电话,回答各类简单或复杂的问题,热线电话之多自不用说,关键还得耐心与正确。倘若一位用户在打进某位客服的热线后觉得不满意,她往往要付出更多的努力,才能提高整体的满意度。”当张媛媛讲到这时,坐在大厅休息区不小心旁听到的一位市民朋友也情不自禁地发出了善意的微笑。从这份微笑声中,记者仿佛感受到了张媛媛刚做10010客服代表时的那份努力与坚定。

“当热线接多了,通过你的咨询、解决的问题达到一定量的时候,这时候你的心态就会悄然发生改变。在一个个耐心、仔细、令用户满意的接听热线中,你能不断地寻找到自信。虽然现在不做10010一线的客户热线了,但自己以往那份经历却很难忘却。”张媛媛告诉记者,她现在主要的工作职责是负责10010客户服务中心的培训,包括上岗前的培训与上岗后每月的提高与总结。

近年,随着3G用户地不断增长,与3G应用业务相关的咨询量正以迅猛之势不断地增长。“时势造英雄,本领有时候往往也是逼出来的。”现在江苏联通每位10010客户服务热线的工作人员必须要掌握足够的业务知识,不断地学习



江苏联通张媛媛

新业务知识,才能胜任岗位的要求。同样,作为江苏联通10010的一位培训讲师,张媛媛必须做到比10010一线热线服务人员更全面、更深入地去了解业务。在这两年做培训讲师的过程中,她又稍带趣味地总结了一下现在年轻热线员工的特点,她觉得90年代出生的人,与80年出生的人,还是存在着一定的差异。90年代出生的年轻人刚开始可能在耐心方面往往显得有些不够,但只要拥有一定专业背景,对新知识、新业务的接受能力非常强,接受速度也非常快。但这丝毫没有影响到她的工作热情,现在令张媛媛感到最很欣慰的事情,就是经过一轮又一轮的培训后,江苏联通所有接受培训的10010工作人员都能够非常顺利地胜任岗位的需要,做到全面、细致、耐心地为顾客解答每个问题。

现代快报记者 徐勇

e市快讯

500名用户见证美的“一晚1度电”

美的变频空调“一晚1度电”E-CO节能系列产品自推出以来,引发消费者和业内的高度关注。为了让消费者亲身验证“一晚仅需1度电”的节能实效,美的空调将在3月全国品质服务月期间,启动“一晚1度电”用户见证大行动,在全国范围内征集超过500名用户见证大使,在用户监督下实地测试节能效果。

据美的空调南京区域总经理张建刚介绍,经甄选成为“见证大使”的用户,美的公司将指派专业人员,在用户的全程监督之下,实际测试实际使用耗电量是否符合

厂家宣传承诺的节能数据。美的相关工作人员会提前电话通知用户,预约见证时间,届时将携带专业测量电表上门开展见证工作。在用户的监督下,工作人员将电表归零,并现场贴上“一晚1度电效果测试中”字样的封条,晚上10点整准时开启空调ECO模式制冷,不需关闭其他家用电器。空调持续运行到第二天早上6点,关机退出测试状态,工作人员在用户在场的情况下,撕毁电表封条,读取电表数并记录。用户按照实际情况,真实无误地填写见证卡并亲笔签名,并交与工作

人员存档。据了解,通过用户见证的方式测试空调的节能效果,这在行业内还是首次,它不仅验证了科学测验的实验室数据,更让消费者直观地感受到节能的成效。

目前,美的空调创新推出的“一晚1度电”ECO节能科技已经通过国家专业机构检测验证,并已申请国家发明专利。行业权威专家一致认为美的首创的“全直流变频空调ECO节能关键技术”,攻克了空调领域的多项世界级制冷难题,技术处于国际领先水平。

现代快报记者 沙辰

2013最重要的不是公式!

21M 超速体验
新老用户充 1399元 话费即可免费享有

4x5=21
5寸 超大屏幕
4核 超高配置

江苏联通开春巨献,新增酷派7295、中兴V967S两款定制巨作,新老用户充1399元话费即可免费享有。

套餐月费(元)	66	96	126	156	186
产品包价格(元)			1399		
优惠购机款(元)	359	0	0	0	0
预存款(元)	1040	1399	1399	1399	1399
入网返还金额(元)	208	279	279	279	279
分月返还金额(元)	34	46	46	46	46
合约期(月)			24		

沃3G 精彩在沃

上网快 就选沃
www.10010.com 10010