



## 正确 + 亲切 = 信赖——3S 精神 雷克萨斯服务大赛 打造技术标准之“最”

■ 董济仁

9月28日,2018 LEXUS 雷克萨斯中国智·混动售后服务技能大赛在上海圆满落幕。来自全国36家经销商的48位售后人员进入最终的决赛,并决出胜负。在豪华品牌中以优质服务后服务称道的雷克萨斯,其高水准的服务及背后的经营理念到底是怎么样的,或许我们可以从这场比赛中一窥究竟。

### 什么是智·混动售后服务技能大赛?

什么是智·混动售后服务技能大赛?简单来说,这是雷克萨斯针对全国的经销商售后人员,举办的一场技能比拼大赛。2018 LEXUS 雷克萨斯中国智·混动售后服务技能大赛于今年5月正式启动,历经近5个月的赛程,最终,来自南昌和凌、无锡中升、以及来自上海和凌的三组搭档,分别斩获此次大赛保养、诊断和零件三个科目的冠军。

在决赛现场,主办方为每一位出场的选手都准备了亮相时间,还有不少选手家属到场助阵,看着每位选手胸前的经销商名称,竟让笔者回想起了日本某些团体的总决赛,亦或者说,雷克萨斯把这种针对售后服务人员的总决赛中国化了,着实称得上是一个不错的创意。

LEXUS 雷克萨斯中国售后服务技能大赛已连续举办八年,作为 LEXUS 雷克萨斯培养和选拔售后服务人才的重要平台,每一届比赛都将评选出最优秀的售后服务人员团体,他们还将代表雷克萨斯中国前往日本参加年度冠军颁奖典礼,这对于雷克萨斯中国经销商的后端服务来说,不失为一种积极的刺激。

### 智·混动车型的售后服务有何特别之处?

相比传统车型,雷克萨斯智·混动车型的环保属性一直是其代表性的标签。从车辆的研发制造开始,LEXUS 雷克萨斯就通过优化车身结构设计、研发清洁能源、提升发动机燃油热效率、运用环保再生材料等致力于降低汽车生命周期对环境造成的影响。

在车辆的保养服务上,LEXUS 雷克萨斯为客户提供4年/10万公里免费保修保养服务,而针对智·混动车型为6年/15万公里,同时其中许多车型,LEXUS 雷克萨斯还特别为其动力电池提供10年/25万公里的无忧承诺。

而为了支撑这一高标准的售后服务体系,雷克萨斯打造了一个“金字塔”式的人才培养体系,为本土行业人才提供系统性教学资源与培训标准。处于基础的是 T-TEP(丰田技术培训计划)项目,与全国32所优秀的交通技术院校保持密切合作,为丰田及雷克萨斯在中国的经销商输送了大量人才;处于中层的是 LEXUS 雷克萨斯独特的经销商内训体制,涵盖一般维修、钣金喷漆、服务顾问等专业训练;“金字塔”顶端的售后服务技能大赛,则代表了雷克萨斯售后服务和技术的最高水准。

### 从服务比赛中 雷克萨斯得到了什么?

“正确+亲切=信赖”,这是雷克萨斯在售后服务层面一以贯之的所谓“3S精神”。对于雷克萨斯中国来说,智·混动售后服务技能大赛得以将这种服务精神顺畅地投送至全国的经销商车圈内,用一套科学的评价标准激励着这些后端人员冲击服务技能的新水平,从这个角度来看,这是雷克萨斯在中国培养匠人的过程。

在这一过程中,不仅有利于增加员工对于雷克萨斯品牌的认同度,也反过来促进了消费者对于本地经销商售后服务的信赖感。并且雷克萨斯还把智·混动售后服务技能大赛作为一次绝佳的公关活动向消费者传播,无疑又在许多消费者心中加深了优质服务与雷克萨斯之间的正向联结。

尾记

截至2018年8月,雷克萨斯在中国经销商已达192家。数据显示,雷克萨斯8月在华销量为17,675台,同比增长59.2%。其中,智·混动车型的销量为5,552台,占当月销量的31.4%。在中国乘用车市场微增长的今天,不同品牌间的比拼的不仅有车辆本身的产品力,其售后服务也日益成为影响消费者选择的重要考虑因素。在这一点上,雷克萨斯可以带给我们的思考还有很多。

# 积极适应消费升级大环境 苏宁刷新零售品质服务

■ 陈力

中秋节过去不久,月饼这一传统美食依然在人们近期“家长里短”的热议范围之内。在唇枪舌战的讨论之中,基本能达成两个共识,其一:相比以往,月饼的种类越来越多;其二:月饼的食材越来越健康。

透过小小的月饼,折射出的是如今国民消费选择的多样和品质的提升,而这样的提升已经反映在了生活的方方面面。在统计学中,恩格尔系数是食品支出总额占个人消费支出总额的比重,一般而言恩格尔系数越低,代表居民生活水平越高。中国银联数据显示,近年来国内消费的恩格尔系数也在逐年下降,2017年降至29.2%,首次低于30%。整体来看,随着国民经济水平的提升,消费升级已经不可避免。

### 大数据“精确制导” 苏宁精选品质产品满足多样需求

深耕消费市场近30年,苏宁敏锐地预感到消费升级的变化,早在2011年就提出O2O发展战略,推出智慧零售平台,依托线上线下双线融合的业务优势,成为零售产业的领跑者。

以家电行业为例,前不久,中国家用电器研究院和全国家用电器工业信息中心联合发布《2018年中国家电行业半年度报告》。报告指出,2018上半年,中国家电市场全渠道销售规模达到4213亿。其中,苏宁易购规模突破889亿,占比21.1%,领跑全渠道第一。

事实上,随着近年来消费升级,消费需求开始多样化功能单一的家电越来越难以满足消费者。以空调为例,消费者希望空调可以有更多的功能,以改善室内空气质量。通过智慧零售平台反馈,苏宁易购和惠而浦联合开发香薰智能空调,在空调内植入香薰功能模块,一经推出就得到消费者热捧,创下了柜机单



● 2018年中国家电行业半年度报告发布会

品总销售突破亿元的纪录。再比如,消费者担心燃气热水器的一氧化碳中毒问题。通过智慧零售平台反馈,苏宁易购联合A.O.史密斯定制新型燃气热水器,凭借完善的一氧化碳安全防护系统、智能变频恒温系统、低氮燃烧系统及低水压启动等优势,上市首日就跻身整体燃热市场单品top5排行榜。

事实上,苏宁近日发布的线上线下大数据也能说明问题。数据显示,2018年上半年中高端家电销售比去年同期增长154%。其中大家电方面,更节能、健康的变频静音空调销售同比增长237%;曲面屏彩电增长159%,4K画质彩电增长263%;对开门冰箱增长192%,电脑控温冰箱增长943%;卡萨帝等高端品牌洗衣机增长242%。同时,厨卫家电的销售也彰显出消费者对于品质、卫生等新型需求的增长。数据显示,洗碗机、净水器销售同比分别增长121%、149%。除此以外,智能马桶盖、消毒柜等产品销售也增幅明显。

同时,消费升级还体现在消费结构的变化上,近日发布的苏宁线上线下大数据显示,如今消费者对于健康、安全、休闲、美容等需求大幅增长,健康、美容、保健、文化类消费平均增长212%。



● 苏宁帮用户解决安装问题

数据显示,2018年上半年,进口护肤品、美容仪、跑步机的销售同比分别增长178%、174%、237%,而中高端护肤品牌SK-II的销售更是暴涨了5789%,翻了近60倍,成为不折不扣的爆款。同时,保健品牌Swisse、安全防护品牌3M的销售也分别增长了263%、106%。

### 坚守“服务”核心 全渠道优化消费体验

相比通过定制化为消费者提供优质精准的产品,满足消费升级下人们的生活所需,走过深耕零售业28年的苏宁更以核心产品“服务”见长。而在品质化、多样化的消费需求引导下,“买产品就是买服务”更成为苏宁获得消费者认可的强大优势。

同样以家电市场为例。对于家电产品,消费者普遍担心四大问题:“旧电视不好处理,新电视买贵,送装乱收费,维修麻烦”。为此,苏宁针对性地推出以旧换新活动,旧彩电最高可抵3000元,更有“买贵赔,迟到赔,多收倍赔”及“送装同步”的三赔一体服务政策,获得消费者好评。

## 破解自行车保修周期长难题 禧玛诺建四家服务网点

■ 朱倩文

针对自行车保修流程复杂繁琐、流转周期长等常见问题,禧玛诺(上海)贸易有限公司(以下简称禧玛诺)近日提出了全面维修及零件更换方案,在国内推出4家售后服务网点,以此缩短保修处理周期,为消费者安全骑行保驾护航。

禧玛诺此次公布的4家试运营网点分别位于北京、上海、广州、成都,服务范围辐射华北、华南、西南等地区的主要城市。禧玛诺售后服务网点设立于禧玛诺店中店、禧玛诺高级维修服务中心等原有授权门店基础之上,其服务对象除了包括在禧玛诺授权经销商处购买的产品外,还全面覆盖非授权的禧玛诺经销商处预装禧玛诺产品的品牌整车。

此前,在非禧玛诺授权店购买产品的消费者如需售后服务,需首先向货源方或整车厂提出申请,再由货源方或整车厂与禧玛诺联系对接为消费者提供质保服务,单一渠道的售后流程导致保修处理周期较长,为消费者带来不便。未来,禧玛诺将会在中国市场开设更多的服务网点,以解决当地区域零部件及整车保修处理周期过长的问题。

### 品牌服务 |

## 解决行业痛点 宝马树立售后服务新标杆

■ 仓堂

据网易汽车消息,伴随汽车保有量的不断提升,汽车消费观的转变,近年来,中国二手车市场交易势头持续走高。据流通协会数据显示,2018年1-6月,全国累计交易二手车660.24万辆,累计同比增长13.11%。与疲软的新车市场相比,中国的二手车市可谓生机勃勃。随着全面取消二手车限迁等利好政策的发布,二手车市场将进入快速发展通道,前景可期。但市场活跃、交易量增长的背后,是二手车车主在售后服务方面的集体痛点。二手车用户大多选择通过交易市场及电商等渠道进行自由交易,但由于二手车交易市场的监管机制不如新车成熟,存在诸多问题,如购买到车况不佳的二手车,评估机构不够权威公正,售后服务不完善等,致使二手车车主的权益得不到有效保障。

对于过保车,二手车车主通常选择独立维修店而非正规4S店进行维修保养,结果遇到维修技师专业度不足和配件造假等问题。同时,由于所购车辆几经易手,车主很难收到技术升级或召回通知,也让售后服务体验大打折扣。

在二手车领域,售后服务缺失成为用户服务的痛点所在。作为汽车售后服务领域的行业标杆,宝马一直致力于为客户解决这些难题,旨在为所有客户提供便捷的售后服务。2018年7月,宝马开启了BMW售后服务“二手车回家”关爱计划,活动在北京、深圳、成都、南京、宁波、温州、大连全国七大城市80家经销商展开,为更多BMW二手车车主提供纯正、完善的原厂售后服务。凡在任何渠道购买并持有任一车辆BMW二手车超过100天的个人车主,只需通过扫描二维码在线登记车辆行驶证成功后,即可享受免费车辆健康检查、免费机油机滤保养、长悦保养服务、互联驾驶相关服务、车辆召回和技术升级提醒等丰厚的“二手车回家礼遇”。其中,全方位车辆健康检查包含对驱动系统的22项检查、对底盘系统的32项检查以及对车身电器的22项检查,大到发动机和变速箱全方位的密封性、发动机冷却系统是否异常,小到轮胎是



否过渡磨损、车辆护板是否损坏等,全方位排除安全隐患。免费机油将使用BMW原厂发动机5W-30机油,其稳定的粘度特性,能够有效减少机油消耗,为发动机提供有效保护。通过参与“回家”活动,部分二手车经易手后有可能未在经销商处更新车主联系方式,通过核对车架号,经销商会发现该车辆是否还有未完成的召回或技术升级项目,并建议车主尽快回店进行升级。而车主亦可通过手机端注册使用BMW云端互联APP,直接通过手机实现查看车辆位置、预约售后服务、保养到期提醒、交通违章查询、上门取送车、道路救援等功能。

除了BMW互联驾驶功能基础功能合同免费延等优惠外,“回家”的二手车还能享受BMW长悦保养服务,且车龄越老,保养费用越低的优惠政策——车龄3年以上的保养费用可享受最低8折优惠,7年以上的可享受最低7折优惠。BMW长悦保养服务可惠及大部分用户。

相较第三方维保机构,车企直接提供的C2B延保模式或更为可靠。不论是售后服务

网络技术专业性,还是品牌诚信度、丰富可靠的服务项目,车企都更具优势和实力。尤其是宝马,在售后服务领域更是业内的“领头军”,拥有深厚的历史积淀和经验积累。

早在1994年,宝马集团北京代表处成立,就已在国内开展大中华区市场售后服务。2005年,BMW在中国的首家培训中心在北京正式开幕,标志着培训规模化的开始,为经销商的员工提供技术、非技术性和管理等方面的培训。2011年,BMW发布售后服务中国战略,成为业界第一家将售后服务进行品牌化管理的车企。2015年战略升级,更新为“为悦常伴”,承诺给客户“便捷、信赖、关爱”的售后服务。至今,BMW售后服务业务已历经数十年发展。如今“二手车关爱”计划的启动,进一步满足提升了客户满意度,推动整体汽车行业的售后服务水平。

有了“官方售后服务光环”的强力加持,消费者便可以安心选购和使用BMW二手车。从此,只花10万元拥有宝马座驾时,内心也不会再忐忑。

### 品牌营销 |

## 牵手周冬雨、刘昊然 王老吉开启品牌年轻化战略

■ 陈浪

在所有广告营销中,请明星代言品牌的方式越来越受到追捧。时值品牌诞生190周年,“老字号”王老吉也顺应起时代的潮流,牵手“金马影后”周冬雨和“50亿票房先生”刘昊然,正式开启品牌市场年轻化布局。

纵观市场发现,明星代言真正能为品牌带来的并不是瞬间的转化率。而作为有着深厚历史底蕴的百年品牌王老吉也意识到了这点,其希望联合明星的知名度,再次打响品牌,一方面是为了降低潜在的推广成本,另一方面则是把代言明星的年轻、时尚与品牌形成关联,成为品牌新一代的记点。

过去,说到王老吉,人们总会想到中国传统的凉茶文化。老字号的核心价值在于“老”,也就是它的历史文化传承。1828年,王老吉品牌诞生,并在广州开设了第一间凉茶铺,成为品牌的起源地。由于配方合理、价钱公道,王老吉在短短几年时间内走红全国,成为家喻户晓的凉茶品牌。

而在随后的190个年头里,王老吉始终坚持沿用品牌经典凉茶配方,以源自自然的三花三草一叶作为原材料,服务于市场需求。最近几年,王老吉先后升级了旗下产品的功效、颜值和口感等,也在产品包装上苦下功夫,以各种新鲜造型圈粉无数。

不过,万变不离其宗,王老吉一直在产品质量上严以控制,确保从源头上保障凉茶产品的品质与健康。2017年,王老吉凭借参与的“中草药DNA条形码物种鉴定体系”项目荣获国家科学技术进步二等奖,代表中国凉茶行业站上了国家最高科技领奖台。

如今,王老吉的外在形态已从最早的“药茶”、凉茶包、凉茶精,转变为健康茶饮,成为了悠闲健康饮品的代名词。而近期推出的无糖型、固体凉茶等新品,也让年轻消费群体对王老吉有了新的认识。

而此次牵手新生代明星周冬雨、刘昊然,更是王老吉想让自家老字号充满活力、历久弥新的重要表现。相信通过以代言人为纽带连接品牌与消费者,将进一步打开年轻消费者市场,赋能品牌年轻化。

未来,王老吉还将坚持品牌年轻化的定位,针对年轻消费群体,推出各种新品和一系列活动,进一步推广和弘扬中华凉茶文化,让市场消费者有更多的选择。



怕上火 喝王老吉