

# 中国自主品牌售后哪家强?

■ 易军

随着汽车后市场在国内的迅速崛起,自主品牌对于品牌售后方面开始不断强化。即使是售价区间相当的三款车型,拥有优质的售后服务,也会对车主购车的决策产生较大影响。很多准备购买自主SUV的消费者,在对车型良好质量与靓丽外形表示认可的同时,往往有这样的顾虑:车辆售后服务是否到位?配件是否齐全?维修时间是否过长?其实这些都源于对厂家提供的售后服务知之甚少。

就近期售后服务口号呼声较高的领克01来看,也有很多值得评价的地方,而在同级别的其他车型,如老牌车企长城旗下的WEY VV7、造车新势力品牌大乘汽车G70S等,在汽车后服务方面其实都可圈可点。下面,我们就从自主品牌售后方面,比较三款自主品牌车型的优劣,从品牌服务政策和硬件服务水平两方面,或许也可以找到如今自主品牌车型面向市场销售的关键因素所在。

## PART ONE 品牌服务政策大PK

### 领克01终身三免看似无限惊喜

领克01一经面世,就吸引了很多车主的目光,在惊艳于领克足够年轻化的出场方式之余,他们也对其沃尔沃联合的平台、优秀的内外设计等给出毫不吝啬的赞,然而对于真正购车的车主来说,实际上却也有很多的“苦不堪言”。

从领克对外的宣传和官网来看,都以“三大免费政策”、首任车主终身质保等作为优质售后亮点进行了大量的宣传,然而,需要注意的是,这些免费政策实际上都有使用条款和使用限制,购车前后还需再三询问各地的领克中心进行问询。

从某购车网站的问答平台页面得知,很多车主都对“领克01终身三免具体有哪些?领克终身质保什么项目?”这些问题有比较大的疑问。

在网友致电官方客服后,确定了以下几点内容:

1、免费质保是指大部件(发动机、变速箱等),而在一些诸如轮胎、雨刷等易损件不是终身质保;

2、终身免费WIFI确实是终身免费,不过在使用中如果超出了一定数据流量数量,则数据传输速度则会从4G网速变成3G网速;

3、三大免费政策是跟随第一任车主的,二手车不享受“三大免费政策”,同时享受“三大免费政策”的前提是:一定要按时定点的在领克4S店进行保养维护,否则就会面临“脱保”。

领克在售后服务中经常提到,“想你所想,不止于车”,对于消费者而言,在购买一辆车的同时,实际上也购买了品牌的相关服务,因此,对于车型宣传中提及和未提及的相关



政策,还需要有更多的认识。

### WEY VV7品牌附加值是关键

不同于领克过多的强调终身三免,WEY在官网页面中清晰地展现了服务流程、服务标准与保修政策。

当哈弗系列成为短时间内一跃成为最火的SUV,WEY VV7也紧跟其后,在发展初期阶段就获得了月销万台的良好成绩。然而,随着更多的车企入市,汽车制造也从原来的1.0时代走向2.0,SUV市场进入滑铁卢也是如今不争的事实。长城WEY销量在跟随市场下跌的同时,也爆出了让消费者颇为震惊的油耗问题。

但是,值得肯定的是,有着背靠老牌车企长城的硬实力,WEY VV7仍然有着让消费者足以信赖的品牌基因。

### 大乘汽车聚焦品质打服务牌

不同于吉利领克、长城WEY的一出生就自带光芒,大乘汽车更像是一个在中国车市打拼的创一代热血青年,靠对品质的追求,获得行业的认同。凭着两座对标国际工业4.0标准的造车基地和领先的品牌理念,其品牌潜力获得业界认可,目前已与交通大学、中原银行等顶尖机构达成战略合作。

让人印象深刻的是,这个汽车新品牌在2018年9月新品牌发布会现场,就公布了让业界颇为赞许的三年无忧政策与汽车金融政策。

在购车时考虑周全外,日常用车成本上大乘汽车相比其他车企而言也更实惠。

3年6万公里易损件的保养保修,属于大

乘汽车三年包用的最大特色,远超行业标准三年五千公里。针对易损件部分,根据国家“三包法”,其中规定了14种易损件,比较熟知的就包含了蓄电池、轮胎、刹车片等,目前行业平均标准是三年五千公里,而大乘汽车达到了三年六万公里。此外,4年15万公里超长质保也是远超行业标准的三年十万公里。

大乘汽车用高标准的服务和完善的售后政策,在汽车后市场真正做到了“良心”和“诚信”。

## PART TWO 硬件服务水平大PK

### 领克01年底百家门店投入运营

据领克近期官方消息,其渠道布局持续在东部、中部、西部、北部、南部地区持续扩大,在秉承渠道覆盖持续完善的同时,也在不断提升扩张速度:

截至目前,领克累计收到了超过2000家国内建店申请,批准超过280家,已经有160家经销商正式运营,到2018年年底,领克将会有超过260家的线下实体店。

从官方数据看来,经销商确实对领克表现出了积极的加盟态度。

从领克的售后服务硬件与渠道看来,再一次体现了集团优势,而背靠吉利和沃尔沃也确实为其提升了品牌基调、产品技术与服务创新,但从领克车主来看,其售后服务的优秀仍不能解决产品品控的根本问题。

“三位一体”渠道模式、6S服务体系、social创新……在完善这些包装得无比精良、精

准定位消费市场的汽车售后服务的同时,领克是否更应该思考的是如何回归产品,进一步提升产品品质?

### WEY vv7:老牌车企 底蕴犹存

2018年11月,全国15家WEY品牌4S店同期开业;

2018年9月,WEY品牌全国40城市40家全新4S店同期开业;

2018年6月,中国豪华SUV开创者WEY品牌全国旗舰店开业。

……

在车市低迷的时候,WEY的4S店仍然在稳速扩张,

其售后理念也一直秉承自主豪华,在终端形象、售后服务环节等方面多方发力,开启了WEY诚信、WEY尊享、WEY管家、WEY关爱等,并根据经销商门店因地制宜,优化终端建设规划。

从销售服务生态结构方面,可以看出,WEY作为国内自主品牌中的“创二代”,确实拥有其他品牌不具备的全局优势,其推崇的中式豪华也一直为消费者认可。

根据媒体2018年9月的报道,大乘汽车在品牌上市同月,便发布了百城百家4S店同日开业的消息,同时发布的还有旗下新车型大乘汽车G70S同步上市的消息。

在拥有深厚品牌积淀的领克和WEY面前,大乘汽车也丝毫没有表现出“从心”的态度,一开场就震慑一方。

根据官方发布消息,目前,大乘汽车的渠道网络已经基本铺设完毕,并且覆盖了江苏、浙江、广东、云南、贵州、河北、山东、上海等省市,预计2019年年底将建成200+门店,未来还将实现2000+服务站点布局。回顾大乘汽车9月品牌发布会的内容,不难发现,拥有江铃集团的造车基因,这个新生的汽车品牌其实在制造、销售、服务的全服务环节,都体现了比其他新势力品牌更为老道和敏锐的品牌格局观。在三年无忧售后服务政策外,针对售后标准化流程还提出:

### 0投诉0差评全优评

对于消费者来说,购车就是购买了一种生活和用车体验,良好的产品品质+完善的售后服务,则是深化了全方位的用户满意度建设,对于大乘汽车,在我看来,还拥有更多可能性,未来在汽车后市场继续发力。

国内自主品牌车型发展速度,相信很多车主都是有目共睹,随着中国造车业的迅速崛起,产品品质方面也足以与合资抗衡。然而就汽车后市场而言,再好的售后都植根于良好的产品品质,而售后服务则是与其他品牌拉开差距的重要原因,对于已经在汽车市场开启布局的领克、WEY、大乘汽车这类的自主品牌,接下来就是要对准差异化,走出让消费者真正认可的特色服务之道。

通过手机银行中“我的管家”功能,交行将客户经理搬上了互联网,在大数据平台的帮助下,在线提供产品咨询、留学咨询、风险测评、财富规划等100多种业务,让更多人足不出户地享受到以往高端客户才能体验的一对一专业服务。从各地区金融消费者的日常现金管理与理财需求入手,交行创新推出“沃德理财顾问”智能理财咨询服务,利用大数据、人工智能等技术,创建量化财商评估体系和智能化产品推荐体系。面对客户,“沃德理财顾问”以一亿多客户历史数据为基础,运用后台系统的智能分析能力,为客户提供资产流动性、保障性、安全性和盈利性的智能诊断,自动分析和制定投资规划,并形成系列财商提升方案,为客户提供一键化、全景式的专业财富管理服务。国内业界手机银行线上直播服务也是交行首创,直播邀请行内外专家和优秀客户经理“上线”,客户使用手机就可观看,并与客户经理实时互动,直接购买产品。2017年10月上线以来,已完成直播节目240期,累计观看人次近500万,点赞评论达数百万。

通过手机银行中“我的管家”功能,交行将客户经理搬上了互联网,在大数据平台的帮助下,在线提供产品咨询、留学咨询、风险测评、财富规划等100多种业务,让更多人足不出户地享受到以往高端客户才能体验的一对一专业服务。从各地区金融消费者的日常现金管理与理财需求入手,交行创新推出“沃德理财顾问”智能理财咨询服务,利用大数据、人工智能等技术,创建量化财商评估体系和智能化产品推荐体系。面对客户,“沃德理财顾问”以一亿多客户历史数据为基础,运用后台系统的智能分析能力,为客户提供资产流动性、保障性、安全性和盈利性的智能诊断,自动分析和制定投资规划,并形成系列财商提升方案,为客户提供一键化、全景式的专业财富管理服务。国内业界手机银行线上直播服务也是交行首创,直播邀请行内外专家和优秀客户经理“上线”,客户使用手机就可观看,并与客户经理实时互动,直接购买产品。2017年10月上线以来,已完成直播节目240期,累计观看人次近500万,点赞评论达数百万。

作为一家客户数量上亿的大型银行,面对细碎、急迫的海量服务需求,交通银行通过内部管理的无缝对接,建立了一套科学、高效的客户沟通长效机制。

当客户拨打“95559”交行客服热线,伴随着“欢迎致电交通银行!”的一声问候,这套机制就开始运转。在交行,“首次呼叫解决率”是评价呼叫中心服务质量的关键指标。“我们力求当客户挂断第一通电话的那一刻,所有问题已被圆满解决”,徐瀚总监对记者说,“客户投诉流转到业务部门的,必须在首个工作日进行解答和处理,当日不能解答和处理的,与客户约期,约期一般不超过5个工作日,并在约定期限内答复。”据介绍,交行还创新引入了电话外呼“云质检”技术,将“人工质检”时代1%的海量录音检查覆盖率提升至100%,客户服务的监控死角,盲区将不复存在。

据了解,交通银行各级机构均设有消费者权益保护和服务提升专门领导小组,围绕客户的意见和建议,定期研究解决流程、制度规定中妨碍客户服务提升的难点问题,并将服务提升和消费者权益保护情况纳入各机构绩效评价体系。在中国银保监会消费者权益保护工作考核评价中,交行已连续两年获评“一级行”。

## ■ 品牌服务

打造最佳服务银行品牌

交行连续五年

中银协“千佳网点”评比第一

■ 彭江

日前,由中国银行业协会主办的2018年“银行业文明规范服务千佳单位”营业网点名单揭晓,交通银行获评135家,位列行业第一。据业内人士介绍,中银协一年一度的服务“大考”,被认为是各家银行服务质量的试金石,2013年以来交行已五次领跑该项评比。交行业务总监徐瀚对记者表示,银行服务是一项复杂的系统工程,涉及内部管理的方方面面,不仅是一种态度,更是一种能力。

## 网点服务,将便利交给客户

据了解,中银协“百佳”、“千佳”示范网点的评选标准近乎苛刻,涵盖环境维护、便民服务、自助服务、智能服务、业务受理、信息公示、消费者权益保护,以及大堂服务、柜员服务、客户经理服务等多个方面的200条细则,并通过明查暗访、录像检查等各种方式,确保获评网点不折不扣地贯彻执行全套标准。2009年以来,在创建“百佳”、“千佳”示范单位过程中,交行打造了一批人性化、精细化、智能化服务的精品网点,并以这些网点为示范,带动整体线下服务质量不断升级。

在交行网点记者看到,虽然是业务办理的高峰时段,长期以来社会舆论广为诟病的银行排队问题似乎并不存在。据悉,通过在手机银行设置“预约服务”功能,交行支持客户提前预约业务办理,大大压缩了客户的网点等候时间。营业大厅一隅,大堂经理耐心地指导客户,通过功能强大的自助机具“智易通”,快速办理各类常用金融业务。此外,为有效延伸物理网点的服务半径,交行还自主开发了智能化移动服务工具手持终端,支持银行服务人员走出传统物理网点,为客户上门办理开卡签约等200多种柜面业务,目前已投入使用的一万多个台,极大方便了行动不便的困难人群,助力交行打造充满温度的移动金融服务生态。

## 线上服务,将高效交给客户

近年来,移动互联技术使实时在线、互联互通的金融服务成为大势所趋,客户对银行服务的便利性需求不断升级,传统的银行服务模式面临极大挑战。徐瀚总监说,“交行始终坚持客户视角,围绕解决客户痛点问题优化服务流程,并持续跟踪后续客户意见反馈,着力创造极致的客户体验。”从“外汇境外汇款及查询”到“资信证明开立”,交行线上产品推陈出新的速度不断加快,不少服务甚至超出了客户的想象。

通过手机银行中“我的管家”功能,交行将客户经理搬上了互联网,在大数据平台的帮助下,在线提供产品咨询、留学咨询、风险测评、财富规划等100多种业务,让更多人足不出户地享受到以往高端客户才能体验的一对一专业服务。从各地区金融消费者的日常现金管理与理财需求入手,交行创新推出“沃德理财顾问”智能理财咨询服务,利用大数据、人工智能等技术,创建量化财商评估体系和智能化产品推荐体系。面对客户,“沃德理财顾问”以一亿多客户历史数据为基础,运用后台系统的智能分析能力,为客户提供资产流动性、保障性、安全性和盈利性的智能诊断,自动分析和制定投资规划,并形成系列财商提升方案,为客户提供一键化、全景式的专业财富管理服务。国内业界手机银行线上直播服务也是交行首创,直播邀请行内外专家和优秀客户经理“上线”,客户使用手机就可观看,并与客户经理实时互动,直接购买产品。2017年10月上线以来,已完成直播节目240期,累计观看人次近500万,点赞评论达数百万。

## 服务机制,将保障交给客户

作为一家客户数量上亿的大型银行,面对细碎、急迫的海量服务需求,交通银行通过内部管理的无缝对接,建立了一套科学、高效的客户沟通长效机制。

当客户拨打“95559”交行客服热线,伴随着“欢迎致电交通银行!”的一声问候,这套机制就开始运转。在交行,“首次呼叫解决率”是评价呼叫中心服务质量的关键指标。“我们力求当客户挂断第一通电话的那一刻,所有问题已被圆满解决”,徐瀚总监对记者说,“客户投诉流转到业务部门的,必须在首个工作日进行解答和处理,当日不能解答和处理的,与客户约期,约期一般不超过5个工作日,并在约定期限内答复。”据介绍,交行还创新引入了电话外呼“云质检”技术,将“人工质检”时代1%的海量录音检查覆盖率提升至100%,客户服务的监控死角,盲区将不复存在。

据了解,交通银行各级机构均设有消费者权益保护和服务提升专门领导小组,围绕客户的意见和建议,定期研究解决流程、制度规定中妨碍客户服务提升的难点问题,并将服务提升和消费者权益保护情况纳入各机构绩效评价体系。在中国银保监会消费者权益保护工作考核评价中,交行已连续两年获评“一级行”。

# 再下四城,沃尔沃卡车加速售后服务网络布局

■ 程诚

近日,沃尔沃卡车在江西迎来了首个服务网点——甬沃丰城服务站的开业典礼。凭借优越的地理位置,该服务站的未来服务范围将覆盖江西全境。与此同时,沃卡顺义分站、甬沃绍兴分站以及云沃湛江服务点也已相继落成,这意味着沃尔沃卡车服务网络已增至59个服务网点,客户车辆出勤率得到更有效的保障。

江西甬沃丰城服务站室内建筑面积达720平米,户外区域近1300平米,配备前台、配件库、维修部和销售部,目前由4名服务工程师提供技术支持,并配有移动服务车一台。江西丰城服务站的建成,能够及时有效的保障华东至华南线、华东至华西线客户车辆江西境内的售后服务,同时也标志着沃尔沃卡车加速布局全国售后服务网络。

# 上汽大众品牌连续十三年获“金扳手奖”

■ 梁蓓

近日,“2018中国汽车服务金扳手评选”榜单正式揭晓,上汽大众品牌凭借在售后服务领域的杰出表现,荣膺年度中国汽车服务金扳手奖“客户忠诚度奖”。自2006年起该奖项评选举办以来,这已是大众品牌连续第13次获得“金扳手奖”的殊荣。

“中国汽车服务金扳手奖评选”是目前国内首个且唯一由本土机构及媒体发起并主办的、关注并评价国内乘用车服务品牌及增值服务的专业评选,评价包括服务体系、服务质量、专业技术、创新能力、用户满意度及口碑等在内的多个维度。大众品牌Techcare售后服务品牌凭借对客户需求的洞察和专业细致的服务,赢得了广大客户的高度认可和忠诚信赖。

## 深耕售后服务领域 持续优化服务体验

多年来,大众品牌始终秉承专业和关爱的服务理念,坚持以客户需求为导向,持续深耕售后服务领域,升级服务水平。

2018年,面对日趋激烈的汽车后市场竞争格局,大众品牌基于对大数据的分析,在优化升级现有服务产品的同时,不断推陈出新,并将“德系品质”融入售后服务的点滴细节之中。其中,延续多年的心享季服务活动通过线上线下相结合的方式,定期推出优惠活动,让客户切实感受到专业细致的关爱;覆盖全系车型的专业保养套餐,不仅满足了客户的差异化需求,更带来超值的服务体验。2018年,专业保养套餐突破70万单销售佳绩,广受用

户好评。

值得一提的是,在移动端的广泛应用趋势下,大众品牌全新构建起全面覆盖客户保养流程的数字化服务布局,将移动终端运用于预约、接待、保养等各个环节,为客户带来更加专业、透明、高效、个性化的服务体验。

## 产品与服务齐发力 不断提升用户满意度

2018年是上汽大众品牌的“产品大年”,相继推出的全新一代朗逸、全新一代帕萨特、Tharu途岳等多款重磅新车受到消费者高度关注与青睐。在新能源领域,大众品牌的帕萨特插电式混合动力版和途观L插电式混合动力版“双拳出击”,展现出进军新能源市场的坚定步伐。在各个细分市场领域的共同发力

下,大众品牌的销量持续领跑国内乘用车市场。

在产品布局的加速之下,大众品牌在服务领域迎来新机遇与挑战,保持与时俱进的高水平服务是支撑品牌强大市场号召力的关键。截至2018年底,大众品牌已拥有近1400家营销服务网点,覆盖全国320余个城市,为全国各地车主提供便捷、专业、人性化的服务。而为了更好地为服务消费者,大众品牌也在2018年下半年开启了展厅与服务升级的进程,满足消费者快速升级的体验需求。大众品牌的产品与服务赢得了用户的高度认可,在2018中国汽车行业用户满意度测评(CACSI)中,大众品牌荣膺8项冠军。承载着广大消费者的信赖,未来大众品牌将以更优质的产品与服务带来令人愉悦、始终最新的放心之选。

据记者了解,交通银行各级机构均设有消费者权益保护和服务提升专门领导小组,围绕客户的意见和建议,定期研究解决流程、制度规定中妨碍客户服务提升的难点问题,并将服务提升和消费者权益保护情况纳入各机构绩效评价体系。在中国银保监会消费者权益保护工作考核评价中,交行已连续两年获评“一级行”。