

# 零售企业成立售后品牌 掘金服务市场

■ 王婷婷 王娟

酷暑已至,以空调为代表的“白色家电”进入了购买、安装、维修进入了高峰期。由此产生的售后服务质量问题也日渐突出。服务水平参差不齐、标准不统一、价格不透明,网络信息难辨真偽等成为被消费者诟病的常见售后问题。

面对行业乱象和巨大的售后服务市场,苏宁、京东、五星等大型零售企业在售后市场上跃跃欲试,成立售后服务品牌,比如“苏宁帮客”、“京东服务+”、“五星到家”、“宏图三胞修好了”等等。和过去单纯做自家产品服务后不同的,如今的这些售后品牌在服务范围、覆盖地域、品牌跨度、产品覆盖面上都有了拓展,在渠道更呈现有 APP、电话、微信服务号等多重形式,以求最大程度掘金售后市场。

## 提供一站式服务

电器商品从送装、检测、维修、延保、清洗、耗材更换等各环节都需要一定程度的服务。而这些知名零售巨头成立的售后品牌凭借资金实力雄厚、资源优势等,不仅可以提供电器生命周期内的各环节服务,而且响应速度快、品类跨度大、覆盖范围广。据南京五星电器空调部长张辉介绍:“目前‘五星到家’平台所有人员都是经过培训后持证上

岗,一旦接到平台派单,24小时内基本可完成服务。”

记者在“京东服务+”全部商品栏目中发现维修和换新服务居多,其中“iPhone1 年碎屏换新服务 399 元”、“iPhone6s 上门换原厂电池 238 元”最受欢迎,且好评率达 100%。评价留言最多的是“京东自营 DIY 上门装电脑服务 148 元”,该条服务商品下面有超 1 万条评价,有买家在评论中写到:“自己在外购买的配件,请的师傅上门安装,师傅准时、干活很快,走线专业。”

以南京市为例,虽然刚刚出梅,空调维修等售后服务火爆程度尚未达到顶峰,但从目前苏宁提供的数据看,苏宁帮客的接单率呈上升态势。记者通过苏宁华东一区南京地区管理中心售后服务公司总经理王先东了解到,就空调单品而言,目前维修需求已达 1000 多台。按照以往规律,最忙的时候维修量会突破 2000 台。为了满足日益增长的售后服务需求,苏宁南京本地的帮客工程师就储备了近 1500 组,维修工程师 200 名。

## 新需求催生新服务

来自苏宁大数据中心的调查报告显示,专业的维修、彻底的清洗、熟练的安装等服务,在市民对售后服务的诉求中占据了很大比例。仅从 2018 年一季度的情况看,居民对服务的需求订单比 2017 年同期增长了



94%。消费者对于高品质服务的需求使零售企业看到了一个能与硬件售卖市场比肩的软性服务市场。

中国家用电器服务维修协会副理事长刘文杰表示:“据 2017 年的居民消费统计表,约有 34.13%是服务消费,同时有 67%的消费者愿意为服务花钱。传统消费需求呈现下降趋势,而新服务热度超前,品质生活、懒人经济、社区服务将是未来消费方向。”

而对于传统的维修工来说,通过在大型企业售后服务平台的培训后,个人专业技能和综合素质也得到了全面发展和提高。刘文杰表示,未来维修工将不再提供单一维修服务,而是“顾问式工程师”复合型人才,他们可以为消费者提供咨询服务,也将精通设计、购买、物流、安装、保养、维修、回收等全领域。

南京苏宁帮客的服务工程师程富民说,自己很喜欢“服务工程师”这个称呼,经过苏

宁帮客的专业培训,不仅个人技能、服务水平得到了提升,也更加感受到了来自客户的尊重、理解、关爱。

## 专家提醒:个人服务质量需把关

零售企业入局成立售后服务品牌,将有助于信息的集中透明,方便消费者及时获取信息。但南京交电家电行业协会高平秘书长也提醒到,由于上门服务人员个人素质问题导致的人身安全事故也时有发生,行业内仍需加强监管,平台自身也要加强对人员的甄别。对于上门服务的人员进行全面的岗前培训、安全教育,在考核环节都要进行严格的筛选与考评。

苏宁帮客副总经理李福全对此回应道,苏宁体系的服务工程师今年将进行上门服务证的人员认证工作,在保证服务的同时也在安全上严加把关。

## 售后与市场冰火两重天?

# 淘云携手丰修打通售后服务闭环

■ 北国

7月18日上午,科大讯飞旗下安徽淘云科技有限公司与顺丰旗下智能终端一站式售后服务品牌深圳丰修科技有限公司正式签订战略合作协议。双方将在售后相关的维修、检测、退换、仓储等方面展开深度合作,通过整合优化售后服务体系,为淘云的产品提供快捷、高品质的售后保障,从而搭建智能硬件售后服务闭环,实现双向开放、合作共赢。

## 儿童人工智能“独角兽”

安徽淘云科技有限公司是一家专注于“人工智能+儿童”,提供面向儿童智能硬件、服务和平台的公司。淘云前身是科大讯飞全资子公司,经多年摸索,2015年初,引入多家资源互补战略股东成立新公司,开始独立运作。

经三年的努力,在技术上,淘云在讯飞通用的人工智能技术和平台基础上,针对儿童进行了深度优化,在童声识别、童音合成、儿童语义等核心技术效果上达到了业界领先水平。在服务上,淘云构建了业界第一个包含合成、识别、语义、内容服务和 APP 的全能力儿童人工智能服务平台——TY OS。在产品上,淘云一方面以包容开放、生态共享



的理念,为合作伙伴提供最先进的儿童智能软、硬件解决方案和定制产品;另一方面,在自有产品上不断创新,打造了儿童智能手表、儿童陪伴机器人阿尔法蛋系列等明星产品。

听得清,听得懂,能理解,有知识,有情感,自成长,这是阿尔法蛋品牌一直追随的产品理念。秉承这一理念的阿尔法蛋入选了 CCTV 中国亲子计划品牌。

## 淘云 x 丰修 打造良好售后体验

一家靠谱的公司,不仅需要研发创新的能力,更需要对售出后的产品问题、使用问题负责,让用户拥有购买-使用-维护的全

流程优质体验。淘云科技始终用认真负责的态度对待自己的产品和售后,通过长期的探索和尝试,淘云选取了具有全国落地能力的“顺丰丰修”,共同携手打造良好的售后体验。

顺丰丰修是顺丰旗下的 3C 产品售后服务品牌,它采取“物流+仓储+售后”一站式售后供应链模式,是针对不同行业、不同品类打造定制化售后行业解决方案的智能终端一站式售后服务品牌,它能够满足淘云科技这样的智能设备厂商售后服务的要求。此次讯飞淘云与顺丰丰修的合作,是双方在智能硬件领域售后服务的一次积极探索。

## 不出户体验快捷售后

淘云联手丰修,将共同打造全新的售后新融合模式。一方面通过上门取件+中央维修,解决维修问题;另一方面通过顺丰中央或区域分仓,解决备件问题,降低了传统零售网点分布式的备件仓储成本。

有了丰修一站式、高效的售后服务,用户可以直接通过 APP 端下单报修,联系客服,24 小时内顺丰上门取件,7 天内完成售后维修并由顺丰送货上门。同时,还可以通过 APP 实时查看报修信息和进度,消费者足不出户,就可以体验快捷、便利的售后服务。

借助丰修的“物流+仓储+售后”的优势和资源,淘云旗下智能硬件产品的售后范围将得到极大扩展,为用户提供更快捷的、极致的客户售后服务体验;同时,也将有利于淘云长期的销售增长和品牌美誉度建设,逐步实现完善的闭环式售后服务。

本次淘云与丰修的合作,顺应了目前售后服务发展的大趋势,以签约仪式为契机,双方将积极从长远利益出发,共同推动双方业务的合作互惠,以优质售后服务构建共赢生态。未来,淘云将继续深耕儿童人工智能方向,以为每个孩子提供人工智能小助手为目标,践行“陪伴少年儿童快乐成长、开心学习”的长久使命,不忘初心,踏实前行。

## 品牌营销 |

# 一起嗨(哈)皮(啤)抖出 13 亿播放量

■ 钟爽

为营造“看世界杯,一起嗨(哈)皮(啤)”的热烈欢庆氛围,哈尔滨啤酒在抖音发起 #抖出庆祝新姿势# 主题挑战赛,掀起一场全民球场嗨啤大狂欢。成功吸引了超过 27 万用户参与,视频参与量高达 35.3 万,视频总播放次数超过 13 亿,总点赞量超过 5312.5 万。

哈尔滨啤酒借助内马尔的球星效应,通过抖音开屏和信息流两大黄金广告资源,对 #抖出庆祝新姿势# 主题挑战赛进行了强效曝光和页面导流,第一时间覆盖抖音活跃用

户和活动兴趣人群,加深品牌印象。信息流广告页面浏览量累积超过 257 万,内马尔开屏广告 PV 高达 5600 万,点击量超过 295 万。

2018 俄罗斯世界杯内马尔和李荣浩作为嗨啤代言人,对品牌产生巨大的影响力和带动力。而在抖音平台,明星名人的重量级加持,更能释放超强的粉丝号召力。内马尔帅气球技炫出独门庆祝姿势,李荣浩有爱比心邀请挑战赛“做点新鲜事,一起嗨啤”,二位官方引导视频一经推出,瞬间将 #抖出庆祝新姿势# 主题挑战赛推向高潮,激发了大量粉丝用户和抖音达人的创作热情和深度

参与。

抖音达人的原创视频也为此次挑战赛的传播增添了浓墨重彩的一笔。代古拉 K、野生脆脆、张欣尧、吴佳煜等十余位抖音达人主动参与创作互动视频,创造了破百万的视频播放量效果,尤其是代古拉 K 的创作视频播放量高达 723 万。强大的明星名人+达人效应还引发了大量抖音用户自发持续产生优秀作品,充分扩大了品牌活动声量。

BCM 和贴纸作为抖音主题挑战赛的一大利器,能够极大地增强视频内容的趣味性。选择《一起嗨啤》歌曲与贴纸创作视频,

跟随内马尔专属庆祝步伐,一起抖抖抖抖出强模仿力的庆祝新姿势!

#抖出庆祝新姿势# 主题挑战赛定制的《一起嗨啤》BCM,“世界杯”韵律配合有节奏的庆祝舞姿,让“一起嗨啤”口号更加深入人心。特别定制的热闹“喇叭+足球+嗨啤”组合贴纸道具,为品牌带来超强渗透力,让用户在视频创作中与品牌产生更加直观的互动。据统计,道具贴纸使用人数超过 6.9 万。

与此同时,哈尔滨啤酒在线下同步开展 350 场体验会,累计覆盖人数 17500 人,线上线下起到高效的互动,将“一起嗨啤”营销效果推向高潮。

## 品牌售后 |

# 希沃售后服务:快速、专业、真诚

■ 傲然

视源股份作为中国教育信息化的龙头企业,希沃智能交互平板是其公司的核心产品。目前希沃产品已覆盖全国各省份 80 万间教室,数据来源广度和累积数据规模全国领先。希沃还将通过企业的不断投入,来推动教师的信息化应用能力的提升。借助信息化手段,最终实现教学模式的创新。

得益一线用户的信赖,从 2012 年-2017 年,希沃市场占有率连续六年蝉联中国交互智能平板市场第一。希沃在教育信息化领域取得的成绩离不开其优秀的品质和广受赞誉的售后服务。

北方的冬天,寒风凛冽,正准备下班的希沃山西技术支持工程师焦小斌突然接到紧急的反馈,大同市实验中学的设备出现故障,需要马上处理。在确认完问题后,一批备件从总部紧急发过来,为了更快速解决用户的问题,总部的一位研发同事马正也飞过来支援。在和学校沟通后,因为设备在高中部,学习任务比较重,最终只能在晚上 10:00 到凌晨 6:00 进行检修。

面对零下 20 多度的天气,连续的熬夜工作,从南方过来的马正还生病了,但为了迅速地解决用户的问题,他们没有多余的休息,把机器从嵌入式的黑板上拆下来,进行故障分析、维修、再安……困了便靠在暖气边眯会,渴

了就把矿泉水放在暖气边上热再喝。

“很荣幸的是,我们在客户规定的时间内完成了维修任务,得到客户的认可,维护了品牌的口碑,用我们的实际行动证明我们是一家负责任的企业。”焦小斌坚定地告诉我们。

希沃遍布全国 719 个城市的 1049 个服务网点,覆盖了全国绝大部分区域,很好地保障了服务的效率。然而即便如此,在祖国的西北等一些偏远的地方仍然有难以就近覆盖到的“死角”,但无论多远,只要有希沃的地方就有希沃的服务。

今年 4 月份,希沃技术支持工程师接到新疆奎屯农七师的一所学校的反馈,机器出现故障,需要紧急处理。然而距离该校最近的

奎屯当地网点也有一百多公里的路程,当天还刮着 8 级大风,为了解决用户的燃眉之急,工程师毅然决定冒着 8 级大风驾车前往学校。在赶路过程中,由于风沙太大,车辆的前挡风玻璃被刮起的碎石撞碎,在这样的情况下,工程师还是坚持继续赶路,及时地帮助用户解决了问题。

像这样的故事不胜枚举,凭借着快速的响应速度、专业的技术和真诚态度,近一年来,希沃收到了来自教育局、学校和老师寄来的感谢信超过 600 余封,每一封都沉甸甸的,承载用户对希沃的谢意,每一封都见证着希沃坚守的“专业、负责、有温度”;每一封都记载着一个个希沃人用心服务用户的故事。

## 大家电售后服务 规范化研讨会 在京召开

■ 游婕

针对目前家电售后维修业存在的乱象,7月18日,北京市消费者协会联合苏宁易购、格力、海尔、美的、海信等家电品牌以及众多售后服务企业,在北京召开大家电售后服务规范化研讨会,并发布了大家电售后服务 6S 标准,倡导 30 分钟响应、24 小时内上门等新服务标准在北京落地升级。

7月3日,上海市消保委暗访了包括京东、国美、58 同城、大众点评等 11 家家电维修商,超八成空调维修虚构成故障小病大修,仅苏宁、百联无欺诈性维修。7月10日,央视调查显示,94%的消费者在家电维修时都遇到过“坑”,51%为收费过高或缺少配件,32%的消费者经历过“虚构成故障、过度维修”,11%碰到过“李鬼”维修商。

北京市消协秘书长杨晓军表示,无病假修、小病大修、高价维修等行业乱象所造成的服务投诉年年上榜,严重侵犯了消费者的合法权益。深层问题是行业标准不统一、行业监督不到位。

“大家电普遍有 8 年至 10 年的生命周期,目前不仅是家电以旧换新的销售高峰,也是家电故障频发的维修高峰期。”北京苏宁帮客总经理李方超指出,家电售后服务行业不透明和不规范,给消费者带来了很大的困扰和利益损失,但消费者很难寻找到合理有效的解决渠道。

会上,北京市消协联合苏宁易购发布并倡导售后服务行业 6S 服务标准,包含 Standard、Speed、Sincere、Satisfy、Study、Supporting 六个方面。具体为:维修标准化、规范化,包括流程的规范以及人员形象的规范;快速响应用户需求,30 分钟响应 24 小时内上门;至真至诚,始终站在用户角度考虑,为消费者排忧解难;所有人员持证上岗,提供超越用户期待的服务;认真对待用户反馈,不断提升服务能力、优化服务流程,提供更优质的服务;致力打造超级服务平台,构建服务生态。

同时,北京市消协也联合众多家电品牌厂商共同发布倡议:呼吁大家电售后服务规范化标准的建设,共同推进诚信服务体系的建设,不断提升服务能力和服务水平,为消费者提供更好的体验。同时提醒消费者加强防范意识:选择正规维修渠道,注意防范黑广告,谨慎核实保修电话。

## 规范手机售后市场

# 苏宁快修发布“520”标准

■ 大渝

7月20日,全国首家苏宁易购售后服务体验馆在北京慈云寺广场店正式落地,主要提供手机 3C 类电子产品的售后维修服务,新增大家电、生活电器、高档钟表等各类产品的维修保障服务,打造行业内最大规模、功能最全的服务体验馆。

北京苏宁易购总经理郝嘉、苏宁易购通讯公司售后服务中心总经理陈媛、同城帮 CEO 郑立群、华为全国网络服务负责人杨斌共同出席开馆仪式。苏宁通过服务产品、服务体验等全链条升级,规范售后服务市场行业标准。

据了解,苏宁易购售后服务体验馆位于北京慈云寺广场二层,目前苹果、华为等各大品牌商已陆续入驻,除了专业的维修区域外,体验馆内设置报刊架、饮水机、免费 WIFI,配合舒适的灯光布展,让每一个用户都能拥有极致的体验。

在售后服务馆开馆仪式上,苏宁易购通讯公司售后服务中心总经理陈媛公布苏宁快修的“Su 服 520”守则,提出了规范手机售后服务市场的行业新标准。

其中 5 是指苏宁快修“五心服务”,包含:智慧、热情、专业、高效和同理心;2 是苏宁快修提供的线上、线下渠道,为客户提供便捷的服务触达;0 代表了零差评、零投诉,以客户满意度为唯一标准。整个 520 标准贯穿受理、检测、录单、维修、取机五大步骤,让服务更加透明标准化。

陈媛表示,苏宁快修服务通过互联网技术,覆盖到咨询、物流、售后等全链路,而且各环节状态、时效、价格等中间状态都实现前端可视化,并通过真实的用户评价系统,反馈评估服务质量,确保零差评、零投诉。

“苏宁快修对每项服务建立了交付标准,规定质量和速度。比如手机换电池,快修专区面对面维修,按照标准化操作只需要 15 分钟,还包括维修前后两次电池性能的数据测量,确保维修质量。”

全国首家售后服务馆的成立仅仅是“好服务”的缩影之一,在智慧零售时代,服务依然是苏宁最核心的竞争力。面对即将到来的苏宁易购 818 发烧购物节,苏宁易购持续进行服务升级,树立新的行业服务标准,以“苏宁标准”规范和引领整个售后服务市场,带来“发烧”级的售后服务体验。