

品牌服务 |

逆势而上 长安福特销量喜人 品牌产品服务全面俱到

■ 李智

长安福特作为国内合资大品牌,在近年以来的整个车市寒冬中也没能逃脱这一波“寒流”。据报告显示,在2019年第一季度,长安福特整体销量仅为去年同期三分之一,经销商库存周期更是长达两个月之久。

在经历了一季度的低迷之后,长安福特的终端零售从第二季度开始呈现出了企稳回升的势头。尤其是5、6月份连续两个月零售环比增长,平均增长率超过30%,经销商库存降低至28天,大幅好于行业水平。

在7月5日,长安福特年中媒体会上,长安福特全国销售服务机构总裁杨嵩表示:“二季度零售销量企稳回升的背后,是我们营销思路的全面调整,下半年,我们将围绕新产品、服务和品牌三大方面做出新的变革,为我们的销量回升提供最有力的支撑。”

加速产品革新,迎接国六到来

第二季度销量企稳回升的背后,离不开强大的产品支持,在产品方面,以新一代福克斯为代表的新品主力车型在6月创下了自上市以来的单月销量新高,环比增长超过80%,成为长安福特上半年最畅销车型,同时也助力福克斯品牌在刚刚过去的6月份销量过万,实现了超过75%的同比增长。

在7月中旬,搭载ST-Line套件的全新一代车型也将迎来上市,除了外观套件以外,新车的配置也将获得提升,并且在动力方面满足更加严苛的国六标准,为消费者带来更加实惠的重量级车型。

除此之外,长安福特还将一举推出三款重磅车型——福克斯Active智能跨界车、新锐界ST/ST-Line和全新金牛座,加快新车投放节奏,提升产品力度,从而实现长安福特在整个合资品牌中的车型竞争力。

为了迎接更加严苛的国六标准,包括新福睿斯、新一代福克斯、新蒙迪欧、蒙迪欧PHEV、金牛座、翼虎和锐界在内的几乎覆盖全系的热门车型,都已经有满足国六标准的车型在售,年内全系车型都将达到国六标准。从产品所展现出来的诚意来看,长安福特已经抓住了当下消费者的“胃”,在这样的背景下,销量稳步上升不是没有道理的。

销售与服务抓住关键, 售后有保障购车才无忧

除了产品本身的力度过硬,在售后与服务方面长安福特也没有让人失望。2019年才刚刚进入下半年,长安福特即推出“全无忧一站式专案”,该计划主要包括在购车金融和售后服务两个方面,让消费者真正实现到轻松购车、放心用车。

在金融方面,长安福特推出“0首付”融资租赁产品,成为将融资租赁引入主流厂家销售渠道的领先品牌,为消费者开启了无忧驾享心仪座驾的新潮流。同时,还针对消费者的不同购车需求,推出12-36期“0利率”金融方案,以及48期长期数低利率方案。

除此之外,长安福特还在行业内首推全车系3年(或6次)免费保养服务,以及2年不限里程的免费道路救援服务,加上此前推出的针对福克斯和福睿斯车型的5年(或20万公里)发动机超长质保服务,不仅为消费者带来了更全面的服务保障,还针对有换车需求的消费者,也制定了值得信赖的二手车置换无忧服务。

品牌核心是关键

产品和服务得到了保证,对于品牌自身的力度也将成为长安福特所关注的重点。长安福特全国销售服务机构执行副总裁曹振宇表示,“我们将紧密围绕这一核心,从产品本身到购车、用车环节,全方位提升品牌价值,持续给中国消费者带来不断超越的‘福特式品牌体验’。”

在品牌方面,长安福特还举办了在中国规模最大、形式最丰富的“FUN DAY”大型品牌主题活动,在这次活动中,长安福特首次将全车系车型推向赛道,展现福特车型独特的超控基因和独具的性能魅力。它将会在国内持续举办,进一步提升长安福特品牌力度。

截至2019年底,绝大多数在华销售的福特品牌新车型将搭载由福特汽车与百度联手打造的、基于中国和国际领先智能技术的全新智行信息娱乐系统SYNC+,将前瞻科技运用到汽车产品并将其普及化,为更广泛的中国消费者带来更智能互联的福特品牌体验。



台,依托庞大的数据和可靠的技术支撑,顺丰速运与万师傅强强联合,是物流公司在家居售后服务领域中就地升级的一个重要举措。

万师傅是一个一站式多元化技能共享平台,以“用户自由选择+师傅自主经营”的形式,为商家用户或个人用户与师傅之间提供连接平台,解决家居售后的上门配送、安装、维修、退货等专业服务。万师傅作为一家以数据为驱动的家后售后服务解决方案平台,平台经历5年的安全运营,聚集53万专业师傅、25万用户、沉淀了2000万余次的服务数据。通过99.5%预约客户及时率、98.3%预约上门达成率、99.3%订单按时完成率、100%订单核销率的服务数据,获得了行业 and 市场的认可。

顺丰与万师傅合作,发挥物流运输与售后服务的优势,提供“提货”、“配送”、“安装”等专业的细分业务,为家居电商提升送装一体、全程维护的一站式服务,打造具有灵活性和自主性的家居售后服务体系。

随着家居售后行业的发展以及消费体验需求的提升,家居电商只有不断提高售后服务质量,才能在激烈的竞争中占据优势。对家居行业而言,不管是自建售后服务体系、选择第三方售后服务平台,还是与物流公司合作,最终都是以消费者为核心。直接连接师傅与消费者的第三方家居售后服务平台已成为售后行业的新方向,将售后服务交给专业的售后团队,一站式解决家居商家售后问题,提升消费者的家居购物体验。以服务赋能,使家居售后行业快速健康发展。

有素的售后服务团队,提升新乐卫浴售后服务影响力。

全国1000+ 网点 全心全意竭诚服务

新乐卫浴旗下品牌——鹰卫浴创建于“南国陶都”佛山,2006年成为乐家卫浴集团旗下品牌。YING 鹰卫浴以战略布局眼光在中国布局生产基地,先后建立了八大生产基地,三大物流中心,具备现代化、环保型的生产设备和精密检测设备以及强大的技术实力,倡导 smart living 慧生活,为用户缔造洁净健康、时尚舒适的卫浴生活。

鹰卫浴深耕市场45年,在全国成立了1000多个网点,建立了完善的零配件快速配送体制,为终端客户打造星级服务网点,及时有效解决终端客户的实际问题,实现售后服务飞跃式的提升。这是鹰卫浴深耕市场45年在服务践行中的基因沉淀,也是鹰卫浴责任担当的永恒信念。在提供体贴周到服务的路上,鹰卫浴的探索从未止步,是新乐卫浴售后服务的坚强后盾和强力支持。

“有观点认为,售后服务就是商品的一种促销手段,这是一种狭隘的看法。制造企业整条供应链,从大的层面可分为供、产、销三个环节。”朱宏任表示,随着产业的转型升级,三个环节中都衍生出以服务为主的增值环节。“供”中衍生出由供应商与制造企业合作形成的供需服务环节。针对生产需要,不只有原(辅)材料的供需,还有设备供应商和物流服务供应商提供的服务,即“供应服务”。“产”中衍生出由制造企业与维修保障服务商合作形成的生产服务环节。由于设备复杂程度增加,制造企业需要引入维护维修供应商,以使生产设备和生产线良好运行,即“工业服务”。“销”中衍生出由制造企业与用户合作形成的供需环节。用户需求的不仅仅是产品,而是能满足其需求的整体解决方案。因此,制造企业与用户的供需环节就包含了产品和“维护维修服务”,即“售后服务”。制造企业也有可能通过购买第三方服务来支撑向客户提供的售后服务。

他认为,如果从供应链价值增长的视角来思考制造业的服务形态,那么“生产服务、工业服务、售后服务”中与顾客相关联的就是售后服务。制造端的要求就是要能最大限度满足消费对象的要求,“售后服务是质量的体现,是品牌的保障,是诚信的体现,是市场的要求,唯有售后面向顾客提供规范、标准、科学、周到的服务才能真正赢得顾客的心。”朱宏任表示,面对数字经济的发展,制造企业要通过“互联网+售后服务”,将经营从研发设计、生产制造延伸到服务终端,全面提升售后服务的水平。



大、安装难度高,若要完善上门配送安装业务,必须加大成本投入,针对家居行业的特殊性健全运输、配送、安装等一条龙的管理体系。

物流送装一体化

强大的物流体系携手领先的售后服务平



很多商家会选择将售后配送和安装服务承接给物流公司。

顺丰近几年已经开启大家居配送时代,针对家居售后大件商品,提供包物流、包配送、包上楼、包安装、包售后等家居物流服务,并为客户定制专业的物流解决方案。

配送安装看似家居售后服务中不起眼的末端环节,而实际上,家居产品体积大、重量

用心做好服务 新乐卫浴荣获 “全国售后服务先进单位”称号

■ 王爵

新乐卫浴凭借完善的售后服务体系、消费者优质的售后服务体系和国家相关部委的认可,蝉联“全国售后服务先进单位”。2019年6月29日,由中国商业联合会、中国保护消费者基金会联合主办的第九届全国售后服务大会在北京钓鱼台国宾馆隆重举行。大会对在售后服务领域做出杰出成就的企业进行了评选和表彰,其中新乐卫浴凭借完善的售后服务体系、消费者优质的售后服务体系和国家相关部委的认可,蝉联“全国售后服务先进单位”同期获奖的还有五粮液、海尔集团、格力、大金空调等各行业标杆企业。

据悉,两年一度的全国售后服务大会,旨在贯彻落实国家关于大力推动现代服务业发展的方针政策,深入宣传贯彻《商品售后服务评价体系》国家标准(GB/T27922),研究探讨服务业和售后服务创新发展问题,为推进全国企业售后服务工作的不断完善和服务质量的不断提供,拉动内需、繁荣市场,推动中国服务与中国制造互促互进,加快形成服务

朱宏任:提高售后服务质量 着力推进制造业转型升级



■ 王东海

近日,由中国商业联合会、中国保护消费者基金会联合主办的“第九届全国售后服务大会”在北京举办。“经营之道在于诚,赢利之道在于信”,诚实守信既是企业搏击市场赖以生存的前提,也是做好售后服务的基本道德准则。“中国企业联合会、中国企业家协会常务副会长兼理事长朱宏任在发言中表示。

朱宏任提到,实体经济是经济发展的主导性力量,而制造业在实体经济中又占据主

体地位。因此,制造业被称作立国之本和兴国之本。他表示,推动制造业从数量扩张向质量提高的战略性转变,是推进供给侧结构性改革的主攻方向,是提高产业核心竞争力的关键举措。目前,我国在载人航天、卫星导航、超级计算机、5G通信等领域的优势制造业产业已颇具国际竞争力。然而,与发达国家相比,我国制造业依然大而不强,主要表现为优秀企业数量较少,缺乏世界一流的大品牌企业,企业自主创新能力、资源利用效率等方面亟需提升。“要想适应新一轮科技革命和产业变革,企业应提高创新能力,不断增强发展后劲,从而助力推动制造业高质量发展。”朱宏任认为。

“制造业步入高质量发展轨道的阶段,既要在制造业自身下工夫,但也要借力生产型服务业,特别是以信息通信技术为主的知识密集型服务业,要全力推进先进制造业和现代服务业的深度融合。”他表示,服务型制造作为一种新型的产业形态,是重塑我国制造业价值链,推动产业升级的有效途径。中国制造的优势在于能够以较高效率为全球市场提供价廉物美的产品。发展服务型制造,就是要推动企业拓展产品服务能力,提升客户价值,推动我国制造业自全球价值链中低端向中高端拓展。目前,我国的服务型制造已经呈现出蓬勃发展的势头,一批制造企业积极向服务环节延伸,不断涌现的新兴服务型制造企业主要有新技术助推制造业服务化转型、新模式提升生产性服务业发展水平、新业态提高公共服务支撑能力的三个特点。

物流送装一体化

顺丰速运携手万师傅升级家居售后服务体系

■ 孙晓翠

随着家居电商行业的快速发展,大件家居包裹的配送和安装问题成为家居售后行业的痛点,家居售后服务市场专业化细分是必然趋势。

据悉,顺丰速运有限公司与深圳市小亿网络有限公司(万师傅)就家居电商售后业务达成合作,快递行业的头部企业与家居售后的头部企业携手,完善物流送装一体化,全面提升专业化、细分化、标准化的家居售后服务体验。

小B端大件快递成物流刚需

近年来消费升级,中国庞大的家居市场以50%的年增速快速增长,2018年市场规模为1356亿。据预测,2020年线上大家居商品的物流市场将突破3000亿,约为目前快递市场规模的一半。家电、家具行业的商品线上渗透率不断提高,大件货品运输、配送、安装以及退换货、售后等“反向”物流需求强劲。

家居配送安装售后市场细分成趋势

对于家居电商的商家来说,无力打造完善的售后服务体系,缺乏成熟专业的安装师傅,只能把商品配送、安装等售后难题交给第三方公司,从售后流程和成本角度考虑,物流作为大件商品的必需环节,与商家关系密切,

树行业服务新标杆 大金空调获“全国售后服务十佳单位”奖

■ 陈柏

近日,由中国商业联合会、中国保护消费者基金会共同主办的“第九届全国售后服务评价暨标准宣贯活动”在北京揭晓评选结果。大金空调技术(中国)有限公司(以下简称“大金”)凭借业内优异服务水平和消费者良好口碑,在近千家参评企业中脱颖而出,斩获“全国售后服务十佳单位”嘉奖。

据悉“全国售后服务评价活动”自2003年开始,每两年举办一届,迄今已成功举办八届,在社会上引起广泛反响,现已成为国内售后服务评价极具权威标志性的活动,并且活动评选结果也已成为全国企事业单位采购招标的重要参考依据。该活动以国家市场监督管理总局、中国国家标准化委员会颁布的《商品售后服务评价体系》国家标准为依据,以售后服务体系、顾客服务3个一级指标,资源配置、技术支持、投诉处理等15个二级指标对企业售后服务进行综合评价。获奖单位作为全国售后服务示范单位,对行业规范化运作与个性化服务起到带头作用。

不仅如此,大金今年3月份在由中国家用电器服务维修协会主办的2019年消费者权益革新大会上,以迅速对应保障售后服务需求、完善的服务体系、过硬的产品品质赢得广大消费者的认可和青睐,荣获中国家用电器服务协会授予的2019年度“消费者权益革新示范单位”和“315消费者家电服务满意诚信企业”双项殊荣。大金屡获殊荣类奖项殊荣,正源于多年来始终致力于高质量服务搭建品牌与消费者之间的信任桥梁。

大金不仅通过电话、VIP专属对应、在线、微信、官网等全渠道,给用户带来全新的售后服务体验,并构建了覆盖全国100多个城市和地区,共计1200多个售后网点的强大网络,涵盖部品对应、安装指导、维修保养等一系列服务。此外,大金是空调行业中少数自建售后服务公司和拥有自己的工事安装队伍的企业之一,一方面可以降低故障率,另一方面对经销商也可以进行指导交流,以不断提升全国的工事安装品质。空调三分靠产品,七分靠安装,积极开展各种形式的工事指导活动,不断精益求精工安装队伍的专业技能,从而保证大金产品的卓越品质。其自有的位于北京、上海、武汉、广州的4个售后服务中心也已成为让用户深度感受大金品牌及服务品质的基地。同时,大金售后400-820-1081客户服务中心365天24小时为客户提供快速、准确、亲切的售后服务,根据全新的市场环境不断进行升级优化,为用户提供全程无忧的服务体验。

大金空调技术(中国)有限公司VIP顾客对应室室长兼企画部长陈俊杰表示,大金空调技术(中国)有限公司是大金集团设立的以售后服务技术为基础的公司,始终以一流的售后服务为目标,力求实现最好的服务质量。在为全国客户提供客服受理、技术咨询、维修保养、客户回访、智能服务和专属对应等一站式服务的同时,我们不断地完善服务体系、优化服务流程、提高客户满意度。大金深耕运营管理、备件支持、技术支持三大领域,致力构建售前、售中、售后一体化服务体系,不断提升用户满意度,为用户创造高附加值服务体验。

荣誉是认可,更是激励。未来,大金将继续专注品质、持续创新、倡导环保,用优质的产品和服务致力于为消费者缔造高品质舒适生活而不断前行。