

以产品和服务供应链为核心 共创健康新时代

2019 京东健康合作伙伴大会召开

■ 何为

在不少患者看来,网上药店的诞生节省了人们的时间精力,改变了看病麻烦、开药周折、偏远地区药品不全等难题。不过,也有一些消费者担心,没有专业医师药师的指导,网上购药的品种和剂量难以把握;药品种类不全;药品消费模式单一,多以治疗用药为主,缺少检测、诊断、康复、保健等闭环机制……

针对线上医药健康零售的诸多痛点,京东健康作为“互联网+医疗健康”领域的探索者和领先者,在10月28日召开的“共创健康新时代——2019 京东健康合作伙伴大会”上,京东健康医药部总经理金恩林分享了京东健康对于“健康新时代”下的需求侧洞察,给出供给端布局规划和解决方案。通过全品类、全品类、全场景零售体系的布局,京东健康将携手合作伙伴打通零售全渠道通路,共建“专业服务型医药零售”生态,共创健康新时代。

以信赖创造价值

据金恩林介绍,依托京东集团的技术和资源以及各合作伙伴的紧密协作,京东健康保持各个业务板块协同高速发展,其产品和服务实现了绝无仅有的全品类、全品类、全场景零售体系,完成了对自营 B2C、平台 B2C、O2O 模式的覆盖,构建了包括保健品、消费医疗、计生情趣、药品、医疗器械、滋补养



● 京东零售集团 CEO 徐雷

生、医美、齿科、体检在内的全品类,并囊括检测、诊断、治理、用药、康复、保健全场景,构建了业内布局最广、最完整的医药健康零售生态。

对于开展医药健康零售合作的品牌商家而言,京东健康在医药健康零售板块首创先

上“专业服务型医药零售”模式,并探索出医药零售“第四终端”,大幅提升患者可及性和依从性。目前,京东健康零售合计占据医药零售 15%以上份额,有超过一半药品被发往三线以下城市。核心产品京东大药房仅用三年时间,就成为全国规模最大的线上线下医药

健康零售平台,增速超过行业平均 4 倍,同时开创全行业第一个“医+药”闭环,为用户提供更专业的寻医问药服务。

形成“专业服务型医药零售”生态

金恩林还表示,随着《药品管理法》的修订,“4+7”带量采购的实施,以及 5G、人工智能等技术革新,医药零售处于“最好的时代”。京东健康愿与合作伙伴共同构建更全面的以零售为核心的全渠道通路,打通 B2C、B2B2C、B2B、院内、院外、普药、特药,以及线上、线下渠道,建立值得用户信赖的专业供给和服务体系。

京东集团“以信赖为基础,以客户为中心的价值创造”的经营理念,获得了广大用户的认可。面对患者,金恩林认为,医药零售要提高专业性,持续打磨“专业服务型医药零售”。京东健康将强化全生命周期管理,并联合广大合作伙伴,以更多的知识及人才融入,以深挖行业数据、溯源优质产品服务,以场景与供给的穿插,为用户提供更专业的医药零售服务。

谈及医药零售的未来时,金恩林表示,京东健康的“专业服务型医药零售”刚起步,模式、服务、内容都在进一步完善中。未来,京东健康将继续以产品和服务供应链为核心,以贯穿诊前、诊中、诊后的专业服务为抓手,为用户提供好服务、为品牌商卖好货。

科技与服务创新双管齐下

BMW 预见售后服务发展方向

■ 陈放

创新始终深植于 BMW 的品牌基因,长久以来,BMW 致力于依靠创新精神不断为广大客户提供优质的产品和服务,以满足广大客户日益更新的多样化、个性化需求。“以客户为中心”的理念是 BMW 售后服务进行创新的底层逻辑,在不断实践中,以“服务质量”为基石,以“价值、便捷、关爱”为核心,通过科技创新和服务创新双管齐下,持续提升客户的售后服务体验,用高品质的售后服务赢得客户的信任。

科技创新,以质量提升客户体验

BMW 售后服务通过创新科技的运用,不断提升车辆诊断、养护和维修高效性和准确性,进而让客户享受到原厂技术服务的可靠和专业。

原厂水性漆调色仪是 BMW 售后喷漆技师的核心装备。该设备使用蓝、白双色 LED 光源,以 6 角度 12 光路的无死角测量,精确读取车辆表面颜色的变化,分析颗粒大小及纹理细节。以数字化的调色解决方案,帮助喷漆技师快速准确地确定配色方案,大大降低喷漆后的色差风险,帮助车辆实现完美修复效果,恢复如新光泽。

震动噪音分析仪(NVH Analyser)能够在故障车辆运行过程中,采集车舱内或发动机舱内的震动数据,并基于发动机转速、车速、驱动模式、轮胎尺寸等变量条件,将采集到的震动波频与正常车辆波频进行对比,精确分离不同振动源或噪音源,确认故障点,以数字化手段提升诊断效率,帮助客户节省车辆养护维修的时间成本。

远程视听支持 AR 设备则通过试听远程支持,将一线维修技师眼前的技术难题,通过增强现实技术实时传输到经验更为丰富的 BMW 专家团,实现“远程会诊”,使维修技师在实时的交流和指导下,尽快排除车辆问题。这一技术的运用,不仅帮助单一客户高效解决车辆疑难问题,还能帮助提升 BMW 一线技师的服务水平,进而惠及到更多客户。

除硬件方面能够实现远程技术指导之外,BMW 还专为售后服务开发了 BMW 远程诊断系统。该系统目前已经在德国进行了技术理念的沟通,未来将全面引入中国市场。基于该系统,BMW 售后技术专家可在线对客户问题车辆进行故障诊断及远程指导,并通过系统集成的经销商维修预约及零件预定功能,安排后续服务,为客户打造一站式售后维修解决方案。

服务创新,以关爱呵护客户体验

BMW 以创新开拓思维跟进日新月异的消费行为和消费心理的变迁,不断革新技术的同时,一系列体现服务价值、客户关爱和提升客户便捷体验的服务应运而生。

BMW 聚焦快速增长的二手车客户群体,推出了“二手车回家”标准服务——在任意渠道购买 BMW 二手车并持有超过 100 天的个人车主,均可享受到一次免费车辆健康检查、免费机油机滤保养、云端互联 APP 免费注册、长悦保养服务等在内的一系列原厂品质的售后服务。

此外,为了进一步帮助客户节省车辆养护的时间成本,BMW 售后推出了“58 分钟机油保养服务”。客户通过 BMW 云端互联 APP、售后服务热线、客户服务中心微信公众号等途径提前预约,即可在到店时享受全程优先接待,在短短 58 分钟内,完成一次高品质的机油保养及一次免费的车辆健康检查。

保证广大客户的用车安全,始终是 BMW 坚守的使命。当客户遇到紧急状况,可通过车机、售后热线和 BMW 云端互联 APP 等多个呼叫渠道发起救援请求,BMW 道路救援团队将 7*24 小时为客户带来安心守护,全面保障客户的人身和车辆安全。BMW 道路救援实时监控平台如同天眼一般,能够在呼叫接听的第一时间准确掌握事故车辆的位置,在线指导客户排除部分故障,如遇紧急状况还可以通过强大的团队支持,帮助车主完成交警、保险公司、拖车和救护车的远程呼叫,为客户的生命财产安全提供强大保障。

一直以来,BMW 致力于在创新科技和理念中不断引领汽车行业的未来。在不断变化的市场环境中,BMW 始终坚持与客户共同成长,力求准确了解客户不断变化的消费需求,将其注入到售后服务的技术和产品之中,从而引领产业变革,并最终帮助客户实现“价值、便捷和关爱”的多重诉求,携手客户在通往美好出行未来的道路上共享无忧。



美家净家政公司 争当家政服务平台标杆

■ 佳华

10月25日,由中国老教授协会创新创业教育研究院主办,由临沂晨星三创服务中心、临沂商城总商会、家事通互联网家政创业服务平台联合承办的《三创成就梦想创业点亮中国》为中国而创——全国好产品、好项目海选(临沂站)成功举办。

为营造公平竞争的市场经济环境和民营企业创新创业的社会氛围,推动民营经济健康发展,基于临沂企业面临转型升级的大背景,临沂市工商联积极推动助力当地企业转型升级,联合中国老教授协会创新创业教育研究院、晨星创业谷总部、临沂家事通互联网家政创业服务平台等共同在临沂夯实了临沂市晨星三创服务中心。

在临沂家事通互联网家政创业服务平台大力支持下,临沂市晨星三创服务中心收集了临沂地区数十类好产品、好项目通过线上申请报名,线下“为中国而创”全国好产品、好项目海选活动参选,甄选出了符合全国推广的好产品、好项目,通过“为中国而创”组委会的官方认证并在全国以及一带一路共建国家的渠道布局,获得融资和进驻孵化全国产业集群的机会,从而更好地帮助中小微企业从个体经济到产业集群的转型升级,帮助企业形成创业资源的高效流动,持续推动中国的创业创新发展,搭建中小微企业融通发展的平台。

在本次会议中,临沂市政服务行业协会副会长、山东美家净家居环保科技有限公司董事长张腾指出,“家政市场依旧拥有非常大的市场空间,但依旧缺乏互联网化与标准化,各地的服务规范层次不齐,但这才是重点发展的机会。要充分与“为中国而创”品牌活动紧密合作,联动全国各界力量,通过家事通互联网家政服务平台的建立,充分解决当地的行业问题,增加就业岗位,助推当地发展。”

张腾于 2014 年成立了山东美家净家居环保科技有限公司,公司自成立以来,以“客户满意就是我们生命的延续”的服务理念,“专业专心专注”的服务宗旨,致力于居室除醛除螨、搬家移机、家居清洗、管道清洗疏通、家电维修安装维修等各类保洁家政服务。为广大用户提供全方位的家居一站式优质服务,我们本着专业、高效、优质、安全、客户满意就是我们企业生命线的理念,并积极开展社区公益活动,得到了广大用户的好评,产生了良好的品牌影响力。

为了更好的助推家政行业的发展,公司已投资 230 万元,打造“家事通”互联网家政公益创业服务平台,服务项目覆盖了七大门类,170 多个专项服务。全面实现家政业务的线上下单、接单、线下服务、验收完成、客户评价、师傅考核、系统自动分利等,线上平台搭建技术版块,短时间内立足临沂,并在全国范围内联盟各别代理商 500 余家。极大的提升了公司与客户的黏性与服务体验。

如今在临沂,每天都有 300 多名专业师傅在线服务,每年可增加近 3000 个工作岗位,得到了市妇联、民政、社会保障局等相关部门领导的高度认可和大力支持。

张腾认为,如今创业的时代,已经是资源共享的时代,必须合作才能共赢,“为中国而创”是一个非常不错的品牌活动,希望能够与其一起,带着“传播新商业文明”的使命,一起为梦想而创、为临沂而创、为中国而创。

品牌牵引服务提升 碧桂园服务“守护者联盟计划”卓见成效

■ 北乐

服务品质是物业行业的立身之本,在日益激烈的行业竞争中,高品质的服务能赋予企业更强大的竞争力,因而企业需要聚力做好服务提升,以更高品质的服务赢得业主的满意度。而如何做好服务提升,却像是一道没有标准答案的课题,行业里各家企业各有探索。

要解决这一难题,深入了解业主的真实需求以及提升业主服务感知是关键。前段时间,碧桂园服务展开了“守护者联盟计划”社区安全服务提升行动,跳脱传统的服务模式,以情感营销的方式与业主进行更深入、有趣的互动沟通,了解业主的真实需求,进而推动服务的提升,强化了业主对服务切切实实的感知。

收集业主需求,找到服务痛点

常规的问卷调查是物业企业了解业主需求、指导服务提升的常用方法,但调研做多了,有时也难免流于“形式”,业主配合度不高、积极性不强,真实的痛点、需求难以被发掘。碧桂园服务本次“守护者联盟计划”在前期调研,有效地避开了这些尴尬。

5月20日,碧桂园服务面向全国近 1000 个小区的业主发起了“升级您的社区安全感”调研,调研以情感的方式切入,创意 H5 的形式展开,形象生动地拆解出物业行业的安全维度,让业主在 H5 的交互体验中,能够清晰

反馈自己的安全需求。

为了此次调研能覆盖更多业主,碧桂园服务还通过一系列情感海报、小视频在社区多个媒体渠道进行情感沟通,提出服务提升、开放倾听业主心声的服务态度。

同时在全国开展了业主安全故事的收集,并将其整理为《社区生活安全感指南》,进一步发酵安全感话题,以情感的方式让业主更切实地感知物业升级社区安全感的态度并参与其中,发表个人意见,形成更多真实、有效的业主需求,最终成功收集到近 10 万份有效业主答卷。

这近 10 万份需求清单就像一幅清晰的地图,显示了全国各个小区的业主不同的需求,找到小区安全服务痛点的“最大公约数”。

亮出服务动作,让感知有迹可循

长期以来,众多物业企业面临着不被业主理解的处境,究其原因主要是其服务常常是“无形的”难以被业主感知,例如,对监控设备的定期维护等多为隐形服务,业主日常未必接触、见证得到,自然难以对服务有感觉。

而此次碧桂园服务针对业主关注的安全问题,每个小区都会制定相应的安全服务提升动作,并通过 H5 的形式发放给全国的业主。每个业主都可以看自己小区专属的安全服务提升承诺与计划。同时业主也可以通过 H5 直接留言建议对服务进行监督。

为了兑现给业主们的服务提升承诺,碧桂园服务集结由管家、物管、保洁、保绿、工程

品牌服务 |

陕汽重卡:贴心服务永远在路上

■ 忠金

陕汽售后服务团队始终坚持“贴近市场、心系用户、换位思考、真诚服务”的服务理念,时刻保持服务创新意识。陕汽新疆奇台县才华汽车销售服务有限公司作为售后特约服务站,始终把满足客户需求放在第一位,持之以恒的追求服务至上,以客户满意为中心。

渠道技术交流高效协作

“积跬步至千里,积小流成江海”,提高售后服务团队的技术水平是提升陕汽售后服务质量的关键。总部技术支持专家团队长期联合渠道精英,持续对全国区域维修人员传帮带,实地帮扶强化全员技术能力,积极地践行了“准”技能传达及“快”贴心服务宗旨,用最高效的技术知识讲解,最贴心的用户服务思维不断追求卓越。奇台县才华公司积极参加陕汽重卡组织的各项培训活动,提升售后服务技术能力。

追求卓越服务,心系用户需要

陕汽售后服务始终把客户需求放在首位“想客户之所想,及客户之所及”,客户的需要就是陕汽服务的方向,为客户及时解决问题是陕汽义不容辞的责任,客户满意就是服务人员的工作标准。由于车辆的工作特性,长时间行驶



可能会导致某些零部件疲劳损坏,致使车辆处于不安全工作状态,使车辆本身与驾乘人员置身于隐患之中。陕汽推出了“你用车,我养车”的全生命周期售后服务托管模式,作为陕汽售后服务定点单位,奇台县才华汽车销售服务有限公司积极组织联系客户参与,创新改变客户长期以往的用车理念,定期对客户车辆进行全方位的维修保养,从服务响应速度、服务时限、一对一服务等方面对客户做出服务保障承诺,确保服务质量,保障客户车辆出行安全,为客户创造最大价值,赢得了客户满意。

陕汽售后服务团队从不怕苦,不喊累,总是在第一时间,用最高效的行动解决客户的实际问题。近期,陕汽客户俞云山驾车行驶在新疆恐龙沟戈壁滩路段,车上装载着近四十吨的货物,车辆在行驶过程中路况颠簸车辆晃动严重动力不足,发动机高温报警停止工作。俞先生打通了服务站售后人员的电话,服

务站接到售后服务任务,第一时间安排技术精湛、经验丰富的维修服务人员赶了两个多小时的山路给俞先生车辆进行抢修。按道理车辆出现故障后用户应当第一时间停车,但是用户没有及时停车导致故障严重化。按照陕汽售后三包服务政策,此类问题是无法给与三包处理,但是车辆故障发生地特别偏僻,为了维系良好的客户关系,提升服务满意度,陕汽坚持以客户为中心,让客户满意的原则,为俞先生的车辆进行维修,零部件进行更换,所有的东西都按照三包索赔进行处理,免去了客户的后顾之忧。看着客户开心的重新上路,现场售后服务人员心里都暖暖的。

售后服务没有终点,而是继续发扬优良传统,进一步全面强化技术水平、全面提升服务品质,时刻保持服务创新意识,挖掘并满足客户服务需求,以整体解决方案赢得客户信赖,实现服务新跨越。