百年行誓为西北百姓提供品质服务

解难、挑选难、理赔难"的消费痛点,慧择保险 网今年还推出了"三不三帮"服务承诺,让用 慧择通过"帮挑帮赔"核心服务的传播与

社群电商 赋能品牌商拓展商业场景

生了翻天覆地的变化……

年代末,齐秦唱着"我是一匹来自北方的 的老品牌"焕然一新"。

服务为核心的出口竞争新优势"的背景下,

国务院于2013年2月批准筹建中国品牌建

品牌评价国家标准宣贯教材 | (连载六十四)

设促进会,并于当年6月举行了成立大会。

一中国品牌建设促进会发展纪实

察觉——传统的服装销售模式正受到巨大 便推七匹狼的商品。" 互联网流量红利消失,渠道下沉已经成 冲击。进入七匹狼实体店的客人逐渐减少,

> 互动还会被认为是骚扰。陈志勇对此有着清 醒的商业判断。"我总不能一直推荐你买衣 服吧,虽然一年就那么几次。'

京东小程序"云店"的出现最终解决了 围绕七匹狼已久的困扰。"云店"作为导购分 销工具,能帮助门店进行商品云化,支持在 线交易,数据收集,也是提成发放工具,配合

"它有两个直接的好处。第一,既然服装是 低频,刚好借助京东海量的商品池和自己的产 品,精选出来推荐给线下客群。有了更多的选

自 2013 年开始, 传统电商面临互联网电 司也一直鼓励, 当然卖七匹狼的衣服是核 相对来说有着更高的门槛, 主要以服装、家 心。最大的好处是她们在店的时候也可以销 居和汽车后的品类为主,目前已接入上百个

陈志勇作为七匹狼的副总裁,自然亦有 过这种方式进行销售,卖京东商品的时候顺 品牌的推动力显而易见。

的认可, 也确实体现在了实打实的效果上 面。"400家门店合作的时候我们对比了一 了,2019年第一季度的流量正增量是90 万。"陈志勇信心满满的说,"接下来联营的 一千多家门店全部都要在云店 2.0 升级后接 入。"

对于和京东在云店上的合作,陈志勇看 的很清楚,从过去把皮带、皮夹等商品放到 看重的是把一个低频的应用变成高频的应

售,不影响正常接待,下班之后依然可以通 品牌。从七匹狼可见,云店对传统老牌零售

优势和良好的品质口碑,通过"超新星计划" 向下沉市场渗透,京东并非丢掉赖以生存的 品质基因。借助社交电商"芬香"、"云店"等 小程序推送的商品全部来自京东平台,享受 与京东平台一样的物流、售后服务,真正做

果令人讶异,拿山西省吕梁地区来说,全县 的电商平台一天都卖不了几单。农产品滞销 的问题几乎年年都有,广西的柑橘滞销、甘 肃的苹果滞销……这些销售渠道较好,名声 开的农产品,也会出现"菜贱伤农"的 对于山西省的贫困小县城而言, 因为交通和信息的不发达,农产品滞销的情

正因如此,公司一开始做芬香时,老百 姓们都不相信电商能卖出这么多货。当一个 子卖出几千单的订单时,村民们都激动了]开着快递车过去的时候,村民们直 接来帮忙打包红薯,重视程度可见一斑。"胡

对于"日出单过千"这个数据,胡润飞也 解释道,"看似只有一千订单,对于大的商家 好像没有多少量,但对于一个贫困地区来

> 小程序推广和拉新,实现了成本投入的大幅 降低,在保证毛利留存基础上,降低产品价 格、提高产品优惠,对于更看重低价不低质 的四六线消费者来说意义巨大,有效促进商 业变现,下沉市场消费场景得以拓展,县域

观的感受,只有把数以千计的订单摆在他们

惠及下沉新兴市场是今年京东 11.11 全 球好物节的战略之一,而超新星计划作为京 东在下沉市场的创新尝试已经取得了非常 不错的成绩。自去年6月启动,11月上线以 来, 京东超新星计划运营业绩从去年11-12 月的 1000 多万元已经增长至 2019 年的 6 个 多亿元,覆盖近10万个微信群。其中用户最 广泛的"芬香"的规模已经在全国建立了7 万多个微信群,创造了超过5亿元的成交

样品质高、优惠多的商品。

医次日上午 10 时止(延时) 在本院淘宝网司法拍卖 上进行拍卖(http://sf.taoba

5.买人需事先向新野具农村 合作联社银行咨询本标的 户所需条件。不符合条件]竞买的、由竞买人自行承 详见本院淘宝网司法拍卖 评台 (网址:http://sf.taoba

2际情况为准 详情咨询电话:0377 661029 谢法官 院监督电话:0377-6166103

引小额贷款股份有限公司与 奇、新野神力聚能科技有阿 司、新野长兴光电科技有阿 司借款合同纠纷一案,依则 中华人民共和国民事诉讼法 二百四十七条、《最高人民 可题的规定(试行)》第 46 条第 页和 《最高人民法院关于人 上院民事执行中拍卖 娈卖[的规定》第三条、第十四条的 II 〒 双方当事人对被执行 新野神力聚能科技有限公司

||用联补股权进行议价,已 門本机构。现将有关事官通 拍卖标的物:新野县农村信息 合作联社股权 130 万股。 卖标的物所有权人:新野 7聚能科技有限公司

计先购买权人经通知未到宛 法院执行局 210、212 室进 记的,视为放弃优先购买权 南阳市宛城区人民法院 二0一九年十一月九日

●龙亭区美景便利店遗失营业 丸照正本,统一社会信用代码 410202MA44H6Y46W,声明 ●天津市红桥区苹子小吃店债

罗甸县罗牙泽民养殖专业合作

失食品经营许可证正本,许可 正编号:JY11200060051085,声 联系方式

手机:18201652045

(待续)

:豫(2017)郑州市不动产 0217318 号、0217306 ")。同时公告诵知案件当 优先权人按时参加拍卖 拍卖标的的相关权利人 向法院主张权利,逾期主要 1.为放弃权利

南省郑州高新技术产业开

高新技术产业开发区人民: 淘宝网司法拍卖网络平台 位于郑州市二七区京广 路 25 号 5 号楼 1 单元 1 层 1 号、102号、2单元1层101号

郑州高新技术产业开发区人民 南阳市宛城区人民法院拍卖

医定于 2020 年 1 月 6 日 10 日 医次日上午 10 时止(延时除: E本院淘宝网司法拍卖平台 !:行拍卖(http://sf.taobao.co 77/06), 户名:(南阳市宛城) (民法院),现公告如下: 拍卖标的物为河南省丰源 有限公司名下所有的位于 市高新区二号工业区仲景 5侧 4 号楼北侧的房屋附属

支土地,土地证号:宛开土国 建设银行有抵押,房产证 瓦面积 8361.3 平方米, 上述 有租赁。评估价格为 3213. · 起拍价格 32136300 = 禄证金 6400000 元,加价幅周 0000 元。该标的物的优先 《权人(共有人、租赁人等)请 于开拍前一日与本院联系 前期即视为放弃优先购买权 详见本院淘宝网司法拍卖 评台 (网址:http://sf.taoba

自公告之日起至2020年1 日止(节假日休息)接受咨询 上标的物情况仅供参考. 认淘宝网发布的信息及现 2际情况为准 详情咨询电话:0377 1661029 谢法官

k院监督电话:0377-616610

南阳市宛城区人民法院拍卖 河南省南阳市宛城区人民 定于 2020 年 1 月 6 日 10 日

n/0377/06),户名:(南阳市% 成区人民法院),现公告如下 拍卖标的物为新野神力聚 技有限公司在新野具农村 合作联社的 130 万股股金 汉人(共有人及其他股东)请 >干开拍前一日与本院联系 俞期即视为放弃优先购买村

自公告之日起至2020年1 日止(节假日休息)接受咨i 上标的物情况仅供参考.

河南省南阳市宛城区人民法院 二0一九年十一月十四日 南阳市宛城区人民法院优先购 (2019)豫 1302 执恢 756 号

听野县农村信用合作联社法

股东及自然人股东. 本院在执行南阳市宛城区

调这句话。

品牌服务 |

注销公告 罗甸县罗牙泽民养殖专业台 上(统一社会信用代码:93522 28MA6DMCBP7M) 经社员 义决议,决定拟向登记机关。 青沣销登记, 请债权债务人 贷报之日起 45 日内向本社流

QQ:2669823565 -mail:dzrbz@126.com 做有温度的品牌

圈中,品牌不断迭代、持续成长成为可能。

牌,百年行与贝壳合作后便走上了复合发展 的道路: 从西安一个城市先后进入咸阳、当 州等多地,从最初37家门店发展成为如今 旗下门店达 210 家, 经纪人突破 2000 人,并 且在线上成交、效率等多项数据上名列前 茅。而这一切,仅仅发生在13个月内。 在杨凯鹏看来,这种发展势头并非偶

然。在他看来,新经纪是一种"体制",不仅构 成了品牌生存的基础,更为其良性发展提供 了保障。品牌与平台间互助生长、共同进化。

三十而立从头越

"不断迭代是一种本能, 也是一种能

百年行此前规模已做到当地前三,年营收 3000 万,但杨凯鹏依然继续选择"折腾":合 升级。

针对贝壳的平台情况、系统资源,企业文化 体系,搭建更为完善的合作竞优机制,携手构 等方面, 给贝壳做了一份详细的"征信报 建共生经济模式。 告"。"越了解越觉得靠谱,百年行不能错失 这次机会。"杨凯鹏说。

于是,西安百年行成为西北首个进入贝 壳平台的新经纪品牌,也是平台上为数不多

的没有明显业绩波动和人员流失的企业。

命为省长航空事务助理,负责领导海南航

从"享受时代红利'

陈峰:26年匠心服务,打磨中华民族世界级航空品牌

生态系统通过规则形成自循环。行业数据能

力、科技实力和合作背后,正是价值观的主

空公司的创建工作,在海口市海府路 105 峰难掩激动之情:"我们用 26 年时间打造了 当时的海南省政府从系统的财政収入 民族的世界级航空品牌和以海航机场为代 中拿出1000万元,但航空是资金密集型产 用"真情服务" 业,当时一架飞机就需3亿多元,这对于创 近日,CCTV《大国品牌养成记》栏目组 办航空公司而言犹如杯水车薪。而陈峰就是

在中国"十三五"五大发展理念中,"创 1370万人次,始终在用自己的产品和服务 业家——海航集团党委书记、董事长陈峰进 2.5 亿初始资金,从一架飞机没有到引进四 新、协调、绿色、开放、共享",创新被提到了 为中国品牌贡献力量。 行了专访。66岁的他从容淡定、侃侃而谈, 架 B737,单枪匹马鏖战华尔街募集 2500 万 首要位置,将其作为引领发展第一动力。民 航业作为服务产业,需把握发展规律,重视 关怀,其发展壮大的历程和屡次渡过难关, 如今,在陈峰带领下,海航已从一家地 服务创新,助力实现民航强国

"只要你乘坐过海航的飞机,就会感觉 案例,也是改革开放40多年、海南建省办特 在多个领域成为我国民航改革的先锋:中国 到海航乘务员的笑是这么的发自内心。"品 区 30 年来经济发展的缩影。在奋斗新时代 第一家股份制航空公司,第一家开拓公务 质源于专业,服务源于细节。自成立以来,海 的伟大征程中,海航将继续发扬艰苦奋斗的 机、旅游包机的航空企业,中国内地唯一 航始终将"店小二"服务精神和理念深深融 精神,努力把中华民族的世界级航空品牌和 SKYTRAX 五星航空公司,第一家收购境外 入企业文化中,以打造百年老店的工匠精 航空机场做优做强,为实现'两个一百年'奋 神,打磨中华民族的世界级航空品牌,成为 斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦做 2019年6月,凭借优质的产品及服务, 国际舞台上传递中国文化、彰显中国优秀品 出新的更大贡献。" 海航旗下海南航空第九次蝉联"SKYTRAX 牌力量的"亮丽名片"。

"未来,海航集团将继续以优质的服务 心不改,坚定不移地落实"聚焦航空主业, 区,发展航空业成为一件迫在眉睫的大事。 航空公司 TOP10"第七名;旗下海口美兰国 满足人民对美好生活的需要,以优秀品牌向 健康发展"战略要求,带领海航这艘巨轮 但由于资金、技术和人才的极度缺乏,海 际机场、三亚凤凰国际机场、宜昌三峡机场 世界展示'东方待客之道'。"陈峰自信地讲 披荆斩棘,在品牌国际化之路上继续阔步

质服务为支撑,不断迫使房产经纪行业进化

在 2019 年新经纪峰会上表示, 百年行会持 续努力,做有温度的品牌,让品牌服务扎根西 北,服务西北消费者。

新经纪时代品牌的内生力

了产业互联网改造,信息线上线下无差别分 享、行业跨品牌跨店合作,逐步缩小了品牌 间、人与人之间的信息方差。

服务型平台的核心职责在于缩小服务

者的方差、提供可预期的服务品质。现阶段

由于加盟门店水平良莠不齐,为了统一品质 和标准,并且尽快提升门店效率,百年行的加 盟店都是由贝壳统一赋能。 可以说,贝壳找房为行业搭建了硬科技 基础设施,也提供了发展软实力的环境和赋

也得走",杨凯鹏坦言,平台监督品牌,品牌监 督店东,共同对经纪人好,推动经纪人对消费

面服务,绝非"成交为王"。 自己的管理技巧。最为典型的是,从今年6 月开始,百年行设立了总经理开放日,每个月 杨凯鹏抽出固定时间和 3–4 与店东一对-因为贝壳始终强调价值观,并通过分解 交流,帮他们答疑解惑。对店东的问题合并 价值观,构成了一套标准化规则,使整个合作 同类项集中培训,同时,设立专门团队为店东

提供教练式辅导

"我们相信只有通过帮助加盟商成功 品牌才能成功",杨凯鹏表示,当前,市场进入

发扬海南经济特区精神,积极践行"一带-

外交。截至目前,海航已累计开通"一带一

"海航集团一路走来离不开党和国家的

就是党和国家支持民营经济发展的最生动

如今,与海航共同走过26载的陈峰初

解甚少,帮助挑选产品也是解决用户购险症 点的关键一环。针对保险产品条款难懂、产品 选择困难的难点,慧择有专业的保险咨询原 问进行一对一"帮挑"服务,除了以通俗易憶

作为一个互联网保险产品及服务平台 为用户提供更符合需求的产品是慧择不断前 行的基础,用心的服务能力无疑也成为了其

——以服务获消费者信赖 据悉,海航在改革开放的时代背景下,

路"倡议和"民航强国"战略,服务国家总体 也是消费者感知最强烈的一环, 由于理赔流 程比较复杂,有时还触及法律和医学知识,寻 路" 航线约 110条,累计运输沿线旅客约 常消费者毕竟不是保险专家, 因此通常不知 道应该从哪里入手。"手续多、流程慢、难获 赔"成为用户办理理赔时的三大痛点,对此, 慧择对于理赔实行多方位全流程服务,针对

公司沟通,让用户不走弯路,更不会再像无头

苍蝇无从下手。 第二,"流程慢"。理赔的时效性也是保民 热切关注的问题, 尤其部分需要理赔的情况 是由于发生了重大事故或疾病, 这时理赔的 速度就显得更为重要。针对这个痛点, 慧择先

前就推出了"小马闪赔"服务,2000 元以内的 案件,责任无误且资料齐全,慧择获保险公司 授权后,3个工作日内垫付理赔款,单个案件 最快时效仅22分钟,极大缩短客户理赔时 第三,"难获赔"。也有用户担心,保险理 赔时通常状况百出,有时还触及医学和法律

并积极拓展价值链环节,在产品定制、平台赋 能、综合服务等领域打造核心能力,充分发挥 平台聚合价值。除此之外,针对保险行业"理 户轻松买对保险,无忧理赔

7品牌服务智能 品牌服务的智能化发展是现代品牌服务 已经遇及并飞速发展的前沿服务科学领域。品 牌的服务智能首先要建立在对服务本身的深 展的品牌脑学和发达的服务智网为发展方 水平认识。 刻理解上,改变的并不是技术表现方式,其发 式的未来服务发展方向,从而深层次改变人 展重点是对服务过程的全面智能化设计。

目前人类对智能的发展仅仅是人类未 来智能发展的初级阶段,服务智能只能以模 拟自助服务的形式或以局部,或小范围投入 到服务中的实验测试研究,例如已经大量部 署的自助服务设备,而智能服务机器人的应 品牌质量学和品牌体验学中仍然处于不成 目的是质量保证、质量过程控制和质量合

化的发展造成了一定的阻碍。

目前的品牌服务智能优先发展环节仅 仅主要体现在企业品牌的客户服务系统,发 牌化以及电子商务品牌化(B2U)发展环境中 平、高要求的科学与哲学双重发展要求和终 做出努力、付诸于态度与行动的终极质量追 尊重的品牌。 的,越来越多的品牌电子化服务将与原有实 极体现形式。品牌组织通过发展品牌质量学 求,也因此----品牌质量学的发展与一般意 质量在任何企业品牌的发展历程中都

6年来,中国品牌建设促进会一直专注

走出一条具有中国特色的品牌发展之路

全球知名品牌评价机构以往一直参照或采

是国际通行做法,由于经济发展模式不同, 台和盛会。

糸,枳极採案有效路径相万法加强品牌建。 取得的新突破,彰显了中国在品牌评价埋论。 海。这将成为中国对外展现整体国家实力、 保会采取国际国内两条腿走路、标准和实践 设,并充分发挥品牌的引领作用,大力改善研究方面的国际话语权。开展品牌价值评价 国家自信,推动品牌强国发展的重要国际平 同步推进的做法,遵循"品牌要在市场竞争 品牌培育、打造和发展提供金融支撑。

工作的重心和切入点。2013年以来,在原国

中产生、品牌最终要被消费者认可"的基本 准则,依据国际上达成共识的品牌价值"五 要素"理论,连续6年开展公益性的中国品牌 价值评价发布工作,初步建立起中国特色的 品牌价值评价机制。

品牌总论

-品牌评价国家标准宣贯教材

■ 谭新政 朱则荣 杨谨蜚 著

答服务和智能机器人的拟人化服务接待,在 支学科。其本质区别是:一般质量学的发展 求,将品牌组织全员的系统质量价值发展到 科学与品牌哲学双重价值。 思考和总体设计为原则,其发展重点是建立 体质量受控,达并到满足质量合格的事实约 质量体验立场,通过不断感知自然万物、理 程中所应具备的基本作用、中心作用和主体 在以品牌服务流自运转、自适应、自生态的 束论基础上,体现为使产品取信于一般消费 解自然生态系统,提升品牌质量美学的表达 品牌服务秩序基础之上的管理和技术发展。 需求,最终被落实为满足最低的质量合格保 水平和呈现价值。作为品牌 A 理论——品牌 为满足未来品牌服务智能发展需要,还应重 证要求;品牌质量学发展的目的是追求更好 思想力的重要组成部分,品牌质量哲学作为 任的履行,而企业责任的关键就是做好产品 或产品体验过程的质量,重视交付于用户可 点注意服务网络系统能力、本地化服务和多 状态、最佳体验和质量稳定性,被视为最基 一种思想、思考、认识、意志、意识的源泉与 与服务本身的质量,以质量发展市场,以质 感知的终极质量,还要求品牌在管理和服务 本的企业责任,通过品牌质量系统和质量设 精神追求出现,为品牌质量发展提供文化内 量赢得市场,以质量巩固市场地位,建立起 等任何过程中的基本质量要求力求完美。品 目前全球企业的服务过程管理仍然存 计、质量过程来实施,建立在对整体质量水 涵、艺术呈现、意境与美学的哲学化质量发 从"质量立企"到"质量立国"的企业与国家 牌质量是建立在全立位的品牌质量评级基

证实的品牌质量科学与哲学实践成果。

起新的未来品牌智能服务形态。

们对服务的现有认知方式和获取方式。

格,被视为一种检验检测手段,通过质量控 品牌服务智能的发展仍然需要以系统制、约束论和质量活动来实施,建立在对整 在大量服务设计缺陷,服务流的流动是不流 平不懈追求的发展论基础上,是对品质追求 展的文化演绎能力。 畅的,这些服务缺陷和不流畅、不稳定的品 全面呈现的最高目标与事实基础,体现为对 品牌质量科学与品牌质量哲学同等重要, 牌服务流过程对品牌生态化进而全面智能 品牌自我追求的完美表达,最终被落实为可 为品牌质量发展提供结构性品牌发展力的重 好产品、服务和质量本身"的企业基本责任, 断淘汰自我、发展自我、进步自我的自我升

1 品牌质量科学与品牌质量哲学

体品牌产品及服务进行一步融合,从而构建 来达到品牌产品和服务的自我完美追求目 义上的常规质量学彻底从思想上、认识上、战 发挥着市场主体竞争作用,既是一种企业品 的,是一种由内对外的自发性、主动性、超越 略上、管理上拉开了明显的距离。 品牌服务智能的终极发展是以高度发性地对品牌所追求的理性和感性双向质量

品牌科学的发展任务是以品牌质量系 质量发展过程中的基本质量状态,并最终使 统设计总体要求为主体,通过不断总结提高 品牌质量经由品牌产品、品牌服务在向品牌 是靠检验检测识别的,更不是靠 PDCA 质量 品牌质量的科学规律,通过品牌质量科学实 用户的输出、传递、使用过程中达到完美体 环进行改进的,品牌质量是作为一个品牌的总 验、品牌产品和服务过程中的质量问题发现 现,并因此带动品牌用户的自响应、自感应、 体结构性设计来完成的,并通过总体设计、质 和研究,通过整体性的分阶段进步稳步提升 自传播,使品牌质量本身成为相当重要的品 量追求和整体提升来完成阶段性的品牌质量 品牌质量学,也被称之为品质学,是与 品牌质量的可靠性、稳定性和保障性要求, 牌自动扩张传播营销载体,是品牌发展过程 进步,是稳步提升的品牌质量可靠性、稳定性 一般质量学有着明显区别的品牌学发展分 做为一种认识上、理解上和态度上的质量追 中的品牌引力作用,发挥了极为重要的品牌

> 品牌质量哲学的发展任务是通过对品 牌质量的思想认识、意识水平、精神追求和 品牌的发展历史、在品牌产品和服务表达过 计和前沿地位保障能力,是决定性竞争力发展

任何企业的发展,首先都是追求企业责 的发展重要不仅要重视实体产品、虚拟产品

2 品牌质量本位论

品牌质量追求本质性发展路线。 任何企业不可能脱离企业自身需要"做 切最佳品牌质量实现结果的基本前提,是不 要支柱性前沿发展力量,是品牌产品和服务在 在优先做好企业责任的基础上,再延伸发展 级,是升华自我发展格局和最高质量发展要 发展过程中不断提升总体质量水平、体现最佳 企业社会责任,不可本末倒置——重企业社 求,是品牌组织全员所能达到的一种质量意 品牌质量的发展既是一种品牌质量科 品牌质量诉求、发展良好质量表达与呈现形 会责任轻企业责任,企业要努力发展成为负 识水平和质量状态,从而最终在企业品牌发

展品牌用户支持系统的企业较少,在联网品 学,也是品牌质量哲学,具有高层次、高水 式,鼓舞和动员企业品牌组织全员为品牌质量 责任的全球企业,品牌才能成为受到全世界 展史中和品牌产品的市场表现中取得杰出 品牌成就的主导性品牌重点发展思想。

2019年,参与品促会品牌价值评价的企 业有 1293 家,发布品牌 598 个,发布的总品

牌在市场中立身处世的坚定决心,也是企业

品牌质量不是被承诺或保证出来的,也不

先进性和发展性质量系统的整体进步,是针对

一个品牌未来发展的长期性保障性的基本发

展思想和发展结构,是系统解决品牌发展未来

品牌质量本位论还要求——品牌质量

础上的发展基础,是确保一个品牌为创造-

品牌质量学的发展,是品牌发展使命和 品牌发展的最高追求,更是企业全员的基本

品牌质量本位论是指品牌质量在整个任何可能出现质量问题的总体前瞻性的预设

企业责任的最佳表达形式,是企业品牌组织 品牌认识和全员努力

讲述着在改革开放大潮中的海航创业实践, 美元一系列民航神话。 讲述了海航人凭借"敢闯敢试、敢为人先、埋 头苦干"的特区精神,踏浪前行的奋斗历程。 方性航空公司发展成为大型航空产业集团,

承载特区的"航空梦" "海航的根和魂都在海南,海航的发展 得益于这个伟大时代。"采访中,陈峰反复强

年老店的工匠精神,打磨中华民族的世界级

肌至品牌,打造了以海南肌至为代表的中华

对打造出这张新时代"海南五星名片"的企 从这 1000 万元起家, 创造了用 3 个月募集

表的航空机场品牌。

勇担使命,

上世纪80年代末,海南建省办经济特 五星航空公司"称号,荣获"SKYTRAX全球 南省曾先后 5 次更换筹备负责人也没能取 2019 年一举揽获 9 项全球机场服务质量 道。

持续带动净饮水行业持续稳定增长。

品牌服务成净水企业破局之道

航空公司的中国企业等。

细致处服务消费者并赢得消费者青睐。 据奥维云网(AVC)推总数据显示, 2019H1 净水器市场规模 138.3 亿元,同比 高沁园的售后服务质量,沁园集团率先构建

据了解,2018年下半年,为了进一步提验。

增长1.3%,增长呈疲弱态势。究其根本,沁 起"十二道"服务体系,每一道流程都严格按 的李阿姨近期就购买安装了一台沁园净水 厂家不只是做产品,还需把眼光放远,拉近 园认为,在激烈的市场竞争中,决定净水行 照标准和规范进行,为每一位消费者打造周 器。在采访中李女士说,自己上了年纪,这台 与消费者的距离,以产品加附加值获取消费 业增长的关键因素是产品和服务。但随着产 到、细致、贴心的高品质服务。今年四月, 沁 净水器是儿子给从网上买的, 自己不会安装 者的黏性度。" 品同质化问题愈发严重,只有做好服务才能 园基于自身多年扎根于净饮水服务方面所 就打电话联系了沁园的安装师傅。安装师傅 获取的经验和洞察,和中国家用电器服务维 上门非常及时,而且进门前穿上鞋套,非常 一标准,沁园服务能广受赞誉非不是偶然, 净水器,现已成为消费者日常生活中的 修协会联合发布了《家用净水行业服务标 礼貌。在安装过程中还向自己详细讲解了使 这得益于企业在服务方面多年来所下的功 "明星产品"。身为品质生活的赋能者乃至创 准》,建立起了行业缺失的标准性文件,让净 用方法和步骤,临走时还将厨房的卫生打扫 夫。沁园积极探索为净水行业的前行带来了 造者,在大众日常生活中扮演着重要角色。 水服务有标准可循,有规范可依。同时,沁园 干净,自己很满意。 但随之而来的安装收费名目乱、维修不到 在行业标准之上提出了"净加服务"的服务 位、上门服务时效差等典型问题,,导致当下 品牌理念,以"不仅解决水的问题,更要多做 目"、"耗材收费标准的透明化"等均是沁园 行业推进朝着精细化、个性化、场景化方向 净水行业的售后服务质量被消费者所诟病。 一步,解决您的问题"为核心价值,为用户提 售后服务的专业性所在。

沁园认为净饮水企业必须注重售后服务,从 供更贴心的服务,从时效、一次性解决率、收

费标准等多个方面持续优化用户的服务体 发展,产品如何是关键,服务与品牌文化观 记者了解到,近期家住上海某住宅小区 好的产品同时得到高附加值。这也意味着,

用户的肯定是判断服务质量好坏的第

念是附加值,消费者最在意的莫过于在拥有

"1小时预约响应"、"明确的服务项 凸显。未来,沁园愿与社会各有识之士共同

慧择"帮挑帮赔"打造品牌形象

地铁站、商圈大厦、公交车乃至小区电梯的蓝 色广告牌,可见慧择最近在品牌升级上的

仅是将其服务宗旨更清晰直白地摆在用户面 前,也是以其服务承诺来提升品牌形象,打造

——以好产品提升品牌竞争力

的根本需求。截至目前,慧择平台已有超过 1000 款产品,涵盖了健康险、人寿险、意 险、旅游险、企业险等全险种,在慧择的平台 上,用户拥有十分广泛的选择,可便捷地通过 多款产品的对比来挑选出最适合自己的负 才更是消费者所需。而如今市场上的保险产 品同质化严重,少有突破的好产品出现,为了

解决用户需求, 慧择几年来一直与保险公司 共同设计、定制创新产品。基于 13 年的经营 经验和数据积累,一方面,慧择设计的产品条 款更懂消费者痛点,更能满足消费者需求;另 一方面,慧择拥有广阔的用户画像,能够更加 精准地基于风险概率为产品定制出更具性的 从市场反应来看, 慧择定制的多款产品 都获得了消费者的一致认可,仅 2019 年上半

年,慧择推出的与合作保险公司一起定制的 七种寿险及健康险产品,其中的五个产品于 同一时期在平台上排进了长期寿险及健康 广泛的产品选择、强大的产品定制能

风险缺口,为用户定制保障方案,真正站在用

平台的坚实支撑。

帮理赔

不同的痛点推出用心服务, 让用户不再为理 第一,"手续多"。慧择通过多个官方渠道 提供7天×24小时的协助理赔服务, 在线报 案无需抽时间跑柜台,从搜集理赔材料指引, 到材料审核,再到与保险公司沟通,全程专人 指引,甚至可以代预审材料,协助用户与保险

问题,对专业知识不了解,就容易被保险公司 牵着鼻子走。对此,慧择配有专业的理赔、法 务、核保、医学专家团队,帮助用户分析理赔 结论、协调理赔纠纷,并免费提供案件法律建 议、推荐优质律所或律师、协助撰写法律函件 等法律援助服务,为用户争取最大权益。 慧择打造"帮挑帮赔"服务承诺,涵盖了 用户从保险产品购买到理赔的一站式服务,

实现,提升品牌竞争力,打造值得用户信赖的 互联网保险服务平台。