

专于品质 升级服务

锡柴全面提升品质服务“含金量”

2012年一季度,锡柴柴油机销量突破10万台,市场份额比去年同期增长45个百分点,位列行业第二。锡柴奥威11升机凭借其高端品质和卓越性能赢得用户青睐,装机量突破6000台,客车市场和海外市场增幅更是达到29.43%和29.05%,成为发动机行业的最大亮点。

什么力量令锡柴各系列产品再一次在市场上一路高歌猛进?

“营销服务品质是锡柴产品品质的提升和延续,在产品热销时锡柴人同时确保了品质服务同步快速跟进”。锡柴销售公司主管服务的副总经理表示,锡柴服务体系建设日益规范、高效是用户满意度大幅度提升最直接的集中体现。他说,锡柴以服务先行作为策略,把服务体系的建设提升到了战略层次,服务领先与品质领先被列为锡柴发展战略的主要组成部分和重要支撑,并打出了一系列锡柴服务升级的“组合拳”。据权威调查报告显示,在售后服务满意度的提升速度上,锡柴已排在了自主品牌阵营的首位。这表明,广大用户对锡柴产品越来越喜爱。

快捷“响应速度”
服务实现“无缝对接”

“时间就是金钱,节省客户的时间,就是在帮客户间接积累财富;时间的有效利用是提升客户满意度的有效途径。”锡柴用户服务室主任告诉(记者),对于用户来说,车是赚钱工具,图的就是省时省心省钱。他说,锡柴正通过创建一套全新的服务模式,全力提升服务响应速度。

“锡柴400服务热线服务比110还迅速”。确实,锡柴针对市场用户的求援电话,确保了20分钟内安排就近服务站和锡柴驻外机构进行处理,同时每月定期、定量、定人,主动对用户、服务站和整车厂进行电话回访和满意度调查。锡柴用户服务室主任说,锡柴目前在全国有1600余家服务网络,在全国服务覆盖半径达到了50公里无缝对接。这对保证客户服务,特别是对外出服务提供了硬件保障,一旦锡柴发动机出现问题,可在第一时间到现场服务,保证质量问题100%得到解决,并对求援服务100%回访,消除用户后顾之忧。

“专用配件储备库,实行‘点对点’配件直供,为用户省时省心。”记者采访中了解到,为了提高服务响应速度,锡柴目前在国内很多区域都建立健全了“专用配件储备库”,并通过实行“点对点”配件直供,大大减少了调件时间。同时建立了一套电子监控系统,对调件采取全程监控、100%回访到终端用户,确保调件及时到位率。目前锡柴已详细规定了1000公里以内、1000公里以上在规定时间内到位率必须达到100%。

“锡柴电子服务系统快捷、清晰,提升了客户满意度。”记者在锡柴用户服务室了解到,为提高服务响应速度,锡柴不仅提高了服务站的服务质量及硬件设施,而且全面运行了服务系统—TDS系统,与ERP系统进行数



装配锡柴发动机的客车

据接口,实现了服务信息流、实物流的全程系统闭环控制,实现了发动机信息实时查询,财务数据实时传递,实现了二次索赔信息及时反馈,实现了服务信息的输入,为服务索赔信息、质量信息的统计和分析奠定了数据基础。特别是“推广异地终审模式”,大大缩短了结算周期。目前已推广到全国18个省,全部实施异地终审。对于自结算三包旧件,锡柴已全部按供应商分类包装返回,按照三包清单与供应商进行交接,自结算旧件满足率已连续10个月达到100%。

维修“技高一筹”
服务追求“尽善尽美”

“良好的产品性能和品质是锡柴售后服务用户满意度大踏步前进的基础。”锡柴用户服务室培训主管告诉记者,“2011年是锡柴天然气发动机市场上量最多的一年,为提升终端用户和服务站的使用维护保养、维修技能的能力,锡柴采用了服务培训新模式,做到了‘发动机销到哪里,培训就跟进到哪里’”。此举受到了无锡公交、常州公交、南京公交、东营、哈尔滨、龙口等地区拥有锡柴天然气发动机客车大用户

的欢迎,他们满意地说,锡柴发动机是中国人相信的民族品牌,锡柴服务追求尽善尽美,让人用得更放心。事实上,为有效提升售后维修技术人员服务水平,锡柴已建立起了一整套科学健全的服务培训体系。锡柴每位服务人员都必须经过系统全面的培训,从售前到售后,整个流程都严格遵循科学标准,全面提升了维修服务水平。他说,为提升维修技术人员服务水准,锡柴专门设计了模块化培训教材,使培训教材更具针对性和实用性,同时还

将培训教材形成固化材料,使锡柴服务培训模式更具科学性。两年来,经锡柴培训的维修技术人员总人次已突破5000人。

“通过互联网等软硬件的升级,对疑难问题进行远程诊断,同时授牌聘任了100多位服务技师进行区域会诊处理,不仅加快了解决问题速度,更提高了客户满意度。”锡柴培训人员欣喜地告诉记者,锡柴通过建立典型故障案例,并成立了市场服务技术支持小组,收集、建立典型故障案例库,通过网络在线指导和现场支持的形式,及时解决了市场中各种发动机疑难杂症,问题及时处置率已达到99%。

“锡柴服务人员的高效服务是锡

柴确立市场地位和赢得竞争优势的关键所在。”事实上,锡柴通过开展售后服务技能大赛,对涌现出的优秀维修服务能手,采用了一系列行业领先的技术标准及科学系统的培训,归入锡柴核心服务人才库,并授牌聘任了100多位服务技师进行区域会诊处理,在各区域市场为客户解决服务站的重大疑难问题,不仅加快了解决问题速度,更提高了客户满意度。很多锡柴用户反映,“锡柴快速故障判断的准确性和问题处理的时效性已走在了同行前列。”

保障“零故障”
服务标准“接轨国际”

“锡柴高质量、高效率、高水平的服务更体现在主动服务意识上。”可以说,锡柴以“四季关爱”服务以每个季节用户的具体需求为切入点,从春到夏,从秋到冬,不仅形成了一整套完善的服务体系,更建立健全了应对服务多变快速的反应机制。特别是近年通过建立大型服务保障机制,从奥运会,到上海世博会、深圳大运会、亚运会等诸多重大服务活动中,锡柴升级版的大型服务保障体系,不仅提升了服务品牌,更赢得了越来越多用户的口碑——

“实现区域联动,24小时响应用户需求;服务网络覆盖、配件储备全面、区域分工明确。”2010年上海世博会期间,锡柴服务力保了1600余辆配置锡柴发动机的环保客车安全畅行,其“服务世博车辆,提升锡柴品牌”的服务保障活动更是深入人心。2011年,4600余辆锡柴绿色动力助大运之举不仅在鹏城绽放出独特的魅力,且实施的快速服务响应机制更是为锡柴自主品牌赢得了广泛声誉。就像深圳巴士集团分公司技术副总黄艺所说的,“一汽锡柴是我看到的服务保障体系最完善的厂家……”

“锡柴服务要向轿车行业服务水平看齐,特别是在业务服务能力上,要提供等同于轿车4S店的服务标准。”锡柴销售公司总经理表示,随着锡柴产品出口量的日益增加,与锡柴配套的出口载货车主要厂家已达20余家,出口客车厂家也增加到6家,特别是搭载奥威发动机的解放J6重卡,它的身影出现于拉美、中东、中非等国家和地区。为服务标准与国际标准逐步接轨,向海内外用户提供最专业、最快捷、最满意的销售服务,锡柴已创新了海外服务新模式,解决了售后服务这个海外市场最瓶颈的问题,形成了全球市场竞争优势:锡柴一方面建立了自己的服务网络,全面推行服务模式,提高顾客满意度;另一方面在海外服务标准上逐步与国际标准接轨,组建了海外中心库、海外办事处。仅去年一年,锡柴就实现了对巴基斯坦、津巴布韦、印度、蒙古国、伊朗、沙特、阿曼、喀麦隆等国家的海外服务派员工作。

以服务先行作为策略,把服务体系的建设提升到了战略层次。解读锡柴的服务核心能力,也许可以寻找出锡柴获得发动机行业服务满意度不断攀升的原因。

(陈燕)



东风德纳车桥十堰部件厂召开厂长与工会主席会晤会

日前,东风德纳车桥有限公司十堰部件厂召开厂长与工会主席定期会晤会。十堰部件厂厂长王鹏、副厂长李长林与党委副书记、工会主席王清强以及基层工会分会主席、员工代表举行了会晤。

会晤中,十堰部件厂工会将前期在员工中广泛征集的有关工艺优化、品质提升、员工福利、职业健康、物流管理等员工普遍关心的16个热点、难点问题逐一摆上了桌面,王鹏、李长林与各职能部门负责人分别给予了认真答复。

王鹏和王清强表示,此类定期会晤能促进管理层深入思考管理工作方面存在的不足,让职能部门树立站在员工的角度考虑问题的理念,从而进行不断的改善,促进各项管理水平的提升。

图为会晤会场景。

计德锐 摄影报道

肥矿防突队长周广建研制成功风力注浆泵

“这就是他自行研制的风力注浆泵,省时省力省钱方便。”4月13日,山东能源肥矿集团贵肥公司平桥煤矿矿长胡良奇,向前来检查工作的公司领导大侃特侃防突队长周广建的“发明创造”。

平桥煤矿是贵州有名的煤与瓦斯突出矿井,先探后掘,先抽后采,是安全生产的必要步骤。过去,该矿抽放瓦斯采用的是电动注浆泵封孔法,每当封孔时,防突队得派两三个人把电动注浆泵运到封孔点,然后请专业电工帮助接电源。电源线路敷设不到的地方,则需把电源线拉过来接上,既费时费力,又影响工作。今年春节过后,一直试图通过小

改小革解决这一“卡脖子”问题的周广建,通过实地观察发现井下到处都有风压。他想,既然有风煤钻、风钻,为什么不用风动注浆代替电动注浆呢?这样做,岂不但不受电源限制,又省时省力省钱吗?于是,他找来一个废弃放水器和买来软进行试验,终于获得了成功。从此,防突队只需一人提起风动注浆泵便能赶赴现场进行封孔作业。

据测算,此项技术实施后,每年可为该矿节省搬运费、电费四五万元。

周广建自制风动注浆泵的消息在贵肥公司传开后,已有不少兄弟单位前来学习取经。(石长荣)

许昌烟机公司举办职业形象与商务礼仪培训



为顺应行业快速发展需要,进一步提升公司员工的综合素质,塑造良好企业品牌形象,4月14日,许昌烟机公司举办了一场精彩、实用的职业形象与商务礼仪培训。公司副总经理吴永胜、副调研员刘学海及公司办公室、市场营销部、政工部、人力资源部、工会、富思特零配件公司等部门的相关领导和工作人员共计70多人参加培训。

本次培训特邀北京奥运会礼仪讲师团讲师、北京外事礼仪学院教授、国家级礼仪培训师、心理学博士吕艳芝担任主讲。培训课上,吕教授综合讲述了商务礼仪的基本概念和内容,分别就礼仪的基本原则、仪容

仪表礼仪、言谈与电话礼仪、商务交往礼仪规则等方面进行了全面、细致地讲解和辅导,使大家对商务礼仪的重要性有了全新的认识。培训通过情景演示、案例分析、课堂互动游戏、问答等方式进行,课堂气氛十分活跃,学员们学习热情高涨。生动活泼、形象易懂的培训方式,使大家迅速掌握了商务礼仪的基本要求并留下深刻印象。

此次商务礼仪培训班的成功举办,为提高公司专业化服务水平,加强烟机服务品牌建设,全面推进“烟机上水平”起到了积极的推动作用。

杜鹃鹃 摄影报道

海尔,升级的服务

经朋友介绍我到海尔社区店买电器。到社区店后,店长称可以免费为我设计,原来家电设计很讲究美观、安全……我毫不犹豫地买下了整套海尔家电。送货的速度比我

想像的还要快,安装速度更快,但是速度快并不影响服务质量,师傅专业热情的服务,让我更进一步体验到海尔产品从销售到售后的升级服务。(苏水良)

王庄煤矿深入开展“反腐倡廉教育宣传月”活动

日前,潞安集团王庄煤矿按照省国资委和集团公司纪委各项工作部署和要求,运用多种形式和载体,深入开展党员干部反腐倡廉教育活动,为加快推进“12369”发展战略,全面建设“文化、创新、幸福”新王庄,营造了风清气正、干事创业的廉洁环境,促进矿井健康稳定和谐发展。

该矿今年“反腐倡廉教育宣传月”活动的主题是:增强廉洁自律意识,服务潞安转型跨越发展。活动时间为4月1日到4月30日。该矿要求各支部组织全体党员,通过党委中心组、支部

例会、“一课三会”等形式,全面贯彻中纪委十七届七次全会精神以及省纪委、省国资委纪委及集团公司纪委反腐倡廉有关文件;认真学习集团公司李晋平董事长、王安民书记在职代会和党委工作会议上的重要讲话以及集团公司反腐倡廉有关制度。与此同时,该矿还将通过广播、电视、展板、标语、橱窗等多种载体大力宣传廉政理念,在全矿党员干部中营造出学廉、思廉、守廉、尚廉的文化氛围和良好风尚。此外,在宣传月期间,该矿将组织开展形式多样的反腐倡廉教育活动,

即开展一次廉政承诺活动,结合岗位职责、主题活动、创先争优、保持党的纯洁性教育活动进行,围绕如何改进工作作风,如何带头廉洁自律等方面要求制定廉政承诺;开展一次专题讨论,从个人成长进步、经济利益、家庭幸福、人身自由四个方面开展“细算四笔账,走好人生路”大讨论;组织一次廉政党课,引导党员干部坚守党性原则防线、思想道德防线和党纪国法企规防线;开展一次案例警示教育,采取阅读廉政书籍,观看警示教育片等多种形式,提高党员干部廉洁自律意

识和执行制度的自觉性;组织一次《中国共产党党员领导干部廉洁从政若干准则辅导》讲座,让领导干部接受一次党纪、政纪条规的再教育;开展一次家庭助廉警句征集活动,继续深入推进廉洁文化“五进”活动的开展;组织一次参观学习活动,由纪委牵头组织全矿正队以上干部分期分批到世纪家园小区“廉洁文化进社区教育基地”进行参观学习,使全矿正队以上领导干部接受廉洁文化的熏陶教育,真正从思想上提高认识,增强廉洁自律的自觉性和责任感。

(郭惠艳)