



《诚信载道》连载三十六

□ 魏建国 著

(接上期)

因晚到机场漏乘航班的母女,吃着机场员工掏钱为她们买的餐食,拿到机场人员想办法为她们改签的机票时,含泪对机场值班领导说:只知道昆明的景色美,没有想到昆明的人更美。一位欧洲旅客说,走进昆明机场,就让人感到“这里天天是春天”!

随手翻看昆明机场的留言簿,这样的故事还很多很多。

员工眼中的诚信:一直前行

创建诚信机场的第一年,昆明机场就发生了巨大的变化:有关数据表明,机场航班正常放行率较之前提高了 20 多个百分点;旅客有效投诉率明显降低,旅客满意度大幅度提升;昆明机场员工的诚信意识明显增强,好人好事、服务明星不断涌现。然而,昆明机场人并没有在成绩面前止步,他们不断赋予了“诚信”二字新内涵。2006 年,昆明机场组织编写了《昆明国际机场员工诚信服务手册》(以下简称《手册》)。《手册》中明确提出,机场内民航从业人员应具备诚信意识、团队意识、责任意识、质量意识、遵从意识、服务意识、创新意识。

事实上,《手册》本身就是昆明机场的服务创新。初到昆明机场的人,往往对机场流程不熟悉,通常会询问机场内的工作人员。但由于机场内驻场单位多,商家等对机场业务流程不熟悉,旅客可能得不到满意的答案。针对此问题,机场编写了该《手册》。《手册》立足于昆明机场的工作实际,以地面服务、安全、医疗救护、销售、宾馆服务、办公室等工作人员的服务礼仪为主要内容,涵盖了旅客乘机过程中最

常见的咨询问题和服务办法。机场将该手册发送给 58 家驻场单位,使得所有驻场单位都能够为旅客解答相关问题。

昆明机场的服务水平一直在前进,节假日,昆明机场地服部的工作人员会穿上特色的民族服装,让旅客耳目一新;春运期间,昆明机场内会看到青年志愿者,免费帮助老弱病残孕的旅客提行李……

立诚,则行天下;守信,则强天下。昆明机场的一名普通员工告诉记者,诚信才可能让旅客对机场满意,诚信机场的构建需要机场人一直努力。

机场眼中的诚信:彰显和谐

2007 年 7 月底,昆明机场地面服务公司收到了一封感谢信,感谢对象是车队的李凌同志。创建诚信机场以来,地面服务公司时常收到感谢信,但感谢车队的同志,这还是第一次。事情发生在 2007 年 7 月

18 日。那天李凌在下班开车回家的途中,看到一个小男孩晕倒在路旁,小男孩额头正在流血,身旁散落着书本。她毫不犹豫地

将小男孩搀扶进自己的车里,把他送往附近医院包扎检查。小男孩恢复意识后,李凌通过询问,与小男孩的家人取得了联系。在小男孩的家人赶到医院后,她却悄悄地离开了医院。小男孩的家人经过多方查找,才得知“雷锋”叫李凌,是昆明机场的一名普通员工。

“机场其他的员工遇到了都会这样做的。”李凌这样解释自己的行为。昆明机场的解释是,员工已经将诚信机场的言行延伸到了生活中。(原载《云南日报》2008 年 4 月 11 日,节选)

细节服务是企业服务水平和服务质量的一种表现,服务水平的高低,体现在服务细节上。谁提供更加周到、独特、能满足顾客需要的细节服务,谁就能因此赢得相当大的心理优势。在日常服务管理过程中,昆明机场员工以做到“四不让”为服务心理要求,注重观察了解服务对象的各项需求,不断提升机场服务质量。

【诚信实例】

特殊的军礼

机场总服务台的员工赵颖还记得这样一件事:2007 年 6 月 15 日,天气闷热阴沉,不时电闪雷鸣,原本应降落在昆明机场的 CA4475 航班由于天气原因被迫返航,而此时已是晚上 10 点左右,于是从广播得知航班延误消息的旅客都涌向总服务台前的赵颖。

“航班延误了怎么办?”“你们得给个说法!”一连串的问题瞬间抛向了赵颖,人群中有抱怨的,有怒骂的,也有沉默的,大家都期待前台能给出结果。面对旅客的疑问,赵颖凭着专业的服务技巧,耐心地作出解释和安抚,使旅客中不满、焦虑的情绪逐渐散去。

处理完问询工作后,赵颖注意到候机室座位上一名老人,在航班延误后他并没有来询问,但从他焦急不安的表情里,赵颖看出了问题。

“老人家,航班延误了,可能会等很长时间,大厅空调凉,您先喝杯水,到我们休息室休息一会儿吧!”赵颖递上热水,对老人说道。老人在听到赵颖的话后并没有平静下来,反而有些激动地说道:“不用了,不用了。”凭着多年经验,赵颖感觉老人一定是在为什么事着急,但又不愿意对自己讲。赵颖并没有放弃,而是继续关切地询问老人有没有其他需要帮忙的地方。(待续)



责编:戴琳 编辑:刘文景
版式:张彤 校对:阳红
2012 年 9 月 17 日 星期一

ZHIYEJINGLIREN

职业经理人

热点透析 | Rendian Touxī

企业家协会排解纷争 云南桥香园有待引入职业经理人制度



9 月 11 日,云南省民营企业家协会向新闻媒体通报桥香园社会调查结果,表示桥香园是云南民营企业知名品牌,但目前发生的桥香园内部兄弟诉讼,不利于这一云南民族品牌的发展,希望桥香园能理顺组织结构,变家族制度为企业经理人制度。

江俊:希望兄弟和睦企业发展

据介绍,“桥香园”是云南本土特色的家族企业,是全省过桥米线的龙头企业,也是云南省民营企业家协会会员之一。“桥香园”1988 年在昆明小西门创建以来,历经 25 载,发展成为在云南,北京,上海等地均有经营点的品牌连锁店,也是云南对外交流的重要名片之一。近日,江氏兄弟纠纷案牵动着市民的心,哥哥江勇告弟弟江俊的案件让人心揪,各种传言四起,“桥香园”该何去何从?

桥香园董事长江俊在通报会上表

示,没想到省民营企业家协会针对桥香园做了这么一个客观全面的社会调查,很受感动。对目前的官司心情很难受,希望兄弟俩能够坐下来好好谈谈,积极协调争取内部解决,也利于企业的发展,家和才能万事兴。

家族纷争只会毁了品牌

云南省民营企业家协会调查显示,在刚刚公布的云南百强企业名单中,餐饮行业寥寥无几,而“桥香园”一枝独秀又四面楚歌。作为民营企业沟通协作平台的协会,面对“桥香园”的处境,不能视而不见。协会力求从服务职能中,从社会调查入手,掌握第一手资料,调解江氏兄弟矛盾。

社会调查针对昆明市主城区的公众、消费者进行随机调查。调查者根据设置的 13 个题目,对“桥香园”的满意度、认知度、基本形象等进行了调查测试,同时,也对桥香园的市场、消费者、

竞争对手、销售渠道等外部环境和传统米线产品、价格、服务质量、员工满意度等自身的内在环境进行分析。调查从 8 月 23 日开始,为期 10 天。共收回调查表 2806 份。

调查结果显示,“桥香园”在市民心目中的认可度,占有相当高的分量。这是“桥香园”25 年来艰苦创业,由小到大,由弱到强的结晶,来之不易,是云南的骄傲。

“桥香园”是一般老百姓消费得起、能够经常消费的地方,也是云南的放心、安全、有品味的餐饮食品,许多外地游客对“桥香园”品牌的认可度居高。

“桥香园”要想做大做强,必须彻底摆脱家族化。许多市民对“桥香园”仍抱有较高的期望,希望他们面对现实,勇敢地跨过去。

有高达 62% 的人认为,“桥香园”一案应当自行和解或调解,打官司可能会造成四分五裂,两败俱伤。许多市民认为,若是“桥香园”的家族纷争影响到企

业经营,甚至摧毁“桥香园”,对家族与社会都是一大损失,被牺牲的往往是数以千名无辜员工和云南的品牌,让人惋惜。他们说“在家族企业恩怨中,没有最终的胜利者,只是多了民众茶余饭后热议的话题。”

选择建立职业经理人制度

云南省民营企业家协会表示,桥香园目前的矛盾是家族企业经常会遇到的矛盾。中国的家族企业与世界知名的家族企业相比,最大的区别就是太小,产品竞争力缺乏,处于发展的初期阶段。有专家认为,家族企业组织机制障碍性、人力资源瓶颈、品牌误区、企业文化落实难等是天然弊病,而产生纷争的诱因往往是家族兄弟间的个性、家族企业几代人之间的认知差别导致的。

云南省民营企业家协会常务副会长郭兰信表示,自己的企业创立时也是家族企业,经过 3 次大的股权分置改革,才走到今天职业经理人制度的现代企业。

云南省民营企业家协会会长雷吟天表示,如何解决家族的生存与发展的问题,是民营企业家协会的责任及义务。协会建议,建立公司的所有权与组织结构,设立外部董事的监督;为减少家族成员间纷争的危害,明确分工十分必要;建立兄弟姐妹间定期的交流机制;鼓励家族同胞建立深厚感情,享受家族企业之外的美好时光等等。如果家族成员和公司工作人员之间没有一道清楚的界限,没有清晰明确的组织架构和管理规则,没有科学合理的业务运作程序,更没有聘请职业经理人,家族企业想做大做久,是不太可能的。

(赵岗)

“干爹”“亲爹”都无妨 职业经理人要当“狼爸”

李宁、黄宏生、陈天桥……一个个曾经渐渐从台前淡出的创业者,近期又陆续“重出江湖”。在多家公司都迎来创始人“亲爹”重新掌权之时,有人不禁发问:作为职业经理人的“干爹”们怎么了?难道现在不拼“干爹”拼“亲爹”了吗?

“干爹”换“亲爹”,无疑是资本的要求。李宁公司最为典型。公司股价两年内跌逾七成,预计今年收入和利润还将再次下滑。年初李宁公司引进 TPG 作为战略投资者,而看看 TPG 曾经使达芙妮股价两年涨 4 倍的“战果”,就明白,资

本来救火,为的不是做多,是要回报。知子莫若父。也许,“亲爹”对儿子看得更透。据说黄宏生在狱里常常听张学斌“汇报”,“老板”从未真正离开。因此,无论力挽狂澜或更进一步,股东对“亲爹”的回归都寄予厚望。

乔布斯创造的“亲爹回归”奇迹更让人浮想联翩。1997 年乔布斯重回苹果时,公司巨亏,股价徘徊于 1 美元,如今苹果股价超过 665 美元,市值全球第一。所以,当李宁公司宣布管理层变动之后,公司股价一度大涨 11%。黄宏生重回创维出任顾问,公司股价也大涨。资

本市场对“亲爹”回归,至少在短期内是认可的。

然而长期呢?难讲。迈克·戴尔重回戴尔 5 年,可如今已将 PC 老大的位置拱手让与惠普,公司股价更是从 28 美元一路跌至不足 11 美元。2007 年杨致远回归雅虎后,对内改革无起色,对外又拒绝微软的高溢价收购,让股东损失超过 300 亿美元市值,只得再次黯然离去。

再回头看看乔布斯,据说这个当年被董事会踢出公司的完美主义者回归之后在第一次高层会议上就咆哮“产品

一点也不性感”,此后革新性的 iPod、iPhone、iPad 等引领消费电子产品潮流,从手机到移动 PC 领域,将一众“大佬”打得落花流水。而 TPG 空降部队甫一入驻李宁公司就裁员 1/3,下手不可谓不狠。如果没有创新,没有变革,恐怕“亲爹”只能救短时期内的士气,救不了股东要求的长期回报。

所以,“干爹”“亲爹”,资本无所谓,要的就是改变,回报的改变。而要再创奇迹,“爹们”都必须成为“狼爸”。

(大广)

酷讯网 CEO: 在线旅游业价格战不可避免 但有节制

2012 中国互联网大会于 9 月 11 日在北京召开。其间,酷讯旅游网 CEO 张海军接受中新网 IT 频道采访时表示,不仅电商打响了价格战,在线旅游业也打响了价格战。他认为,在同质化竞争严重的情况下,价格战不可避免。但他也指出,价格战是有节制的,最终会控制在理性的利润范围内。

在谈到近期电商大战的时候,张海军作出上述表示。他说:“在线旅游业也在打价格战。其实这是没有办法的。”他认为,在预订服务商领域,这些网站不是真正服务的提供者,而是代理销售商。“这种销售渠道很大的问题就是同质化。消费者在哪家网站上预定都是一样的,如果在其他增值服务上又没有很多创新的话,那价格战就在所难免了。大家为了抢市场份额,用压低价格的方式吸引消费者。”

张海军表示,只要在线旅游没有大的创新,价格战就不可避免。不过他认为,价格战最终还会有节制。“那个企业也不愿



酷讯旅游网 CEO 张海军 秦辰 摄

意打到最后,自己都活不下去了。所以一段时间的价格战之后,也会回归到一个理性、冷静的盈利空间。”他说。

他认为,我国在线旅游业的发展还处在初级阶段,仍然面临很多障碍。“比如说

酒店产业、旅行社产业等,他们的信息能力还都不是很强。在线旅游希望的是所有的服务提供商的自我信息化比较强,或者是互联网意识比较强,他们才会愿意通过互联网的方式将自己的产品传递出去。这是未来几年的时间里需要一直去努力的。”

“我们希望能起到中国在线旅游助推器的角色。不仅仅帮助用户发现信息,而且可以使消费者安全有效地购买。比如用户网站上找到一张机票后,可以很便捷的购买到这张机票,那么背后就需要做很多技术上的工作,让我们的技术平台和服务商的技术平台能够对接。我们希望能简单去提供信息给用户,而且能帮助他做出更明智的购买选择,并快速完成交易,同时对交易做到完整的保障。”张海军对中新网 IT 频道这样表达他对在线旅游网站的希望。

在谈到移动互联对企业的影响时,张海军认为,目前整个移动互联网尚处于培

育期,完全没有进入成熟的状态,“但是我认为 3-5 年时间里,移动互联一定会改变很多消费行为,会成为一个很重要的服务入口。这个发展会非常快,3 年 5 年后,移动互联网业务会成为企业重要组成部分。”

张海军介绍称,酷讯旅游是旅游搜索类的媒体,与携程等旅游预订服务商有着本质区别,和去哪儿网有比较相似。

长期以来,交易安全一直是互联网行业老生常谈的问题。对此,张海军表示,交易安全有网站做第三方担保,如果出现问

题,可以先行赔付。他说:“类似酷讯网这样的垂直专业网站,里面提供的所有服务产品的信息都要经过官方认证。比如这个服务商是不是合法的服务商,是不是有足够好的经营能力和服务能力。我们也会对他的服务品质做相应的管理和要求。以酷讯为例,消费者在酷讯上看到的信息或购买的服务,我们作为第三方担保。如果出现问

题,会对消费者先行赔付的。”(秦辰)