

（接 8 版） 太钢坚持推进国际化经营，实施海外资源开发，参与山西省内煤炭资源整合，推动煤钢战略联盟，构建起安全、稳定的战略供应链；加快建设不锈钢生态工业园，发展不锈钢深加工工业，建设钢材加工配送中心，延伸产业链；整合资源，发挥优势，开展冶金工业新工艺、新技术、新材料和新装备的开发和成套技术输出；积极开展国际贸易，同美、德、法、英、日、韩、澳大利亚等 80 多个国家和地区保持稳定的经济贸易关系。

太钢先后荣获“全国质量奖”、“全国最具社会责任感企业”、“全国模范劳动关系和谐企业”、“全国企业文化建设先进单位”、“全国绿化模范单位”、“山西省模范企业”、“山西省五一劳动奖状”、“全国质量工作先进单位”、“全国法制宣传教育先进单位”、“山西省信用示范企业”、山西省“红十字奉献之星”和“博爱一日捐银奖”等荣誉。

“十二五”期间，太钢将以科学发展为主题，以转型发展为主线，以科技创新为动力，以能力建设为核心，以队伍建设为保障，全面推进“三个转变”，坚持做强主业、延伸发展、多元发展、绿色发展、和谐发展，建设全球最具竞争力的不锈钢企业，到 2015 年，营业收入达到 2000 亿元以上，成为国内一流、世界著名的大型企业集团。？

中国商业联合会、中国保护消费者基金会共同举办的“全国售后服务评价活动”在国内非常有知名度、有影响力，太钢再次获此殊荣，除了激动和喜悦之外，感受到是更多地责任、更大地激励、更新地鞭策。太钢的企业使命是“为全球消费者提供最精美的不锈钢产品”。为此，我们将绿色技术、低碳技术集成创新应用到企业发展的整个过程，引导不锈钢新消费，形成以高效、节能、长寿为特点的不锈钢优势产品集群，最终将“太钢牌”不锈钢产品打造成钢铁中的“绿色产品”。

最后祝各位专家、各位领导、各界朋友事业兴旺、身体健康，欢迎大家到太钢参观指导！

谢谢大家！



10、佛山市顺德罗浮宫欧美家居有限公司总经理刘中露先生发言。

第六届售后服务十佳单位

罗浮宫欧美家居有限公司总裁刘中露先生致辞

尊敬的各位领导、现场的各位嘉宾及朋友们：

大家上午好！

对于罗浮宫欧美家居有限公司能够获得“全国售后服务十佳单位”这一殊荣，我感到十分荣幸。这是消费者及社会各界人士对罗浮宫的肯定与信任，在此请允许我代表罗浮宫家居集团的董事长黎经华先生及罗浮宫的全体员工，向在座的各位领导和嘉宾表示衷心的感谢。

在跟大家分享罗浮宫的服务成果之前，我想跟大家讲一个小故事。今年上半年，罗浮宫进口馆接待了一位客户，在与他的沟通中我们了解到，这位顾客已经决定在其他商场采购，他来的目的也不是买家具，而是来看一个进口的栏杆装饰。我们的家居顾问像往常一样热情地接待了他并为他细心地讲解，在参观完之后客户对我们的产品与服务评价比较高，便决定在罗浮宫购买一部分的家具。于是，我们的家居顾问连续三天从早上上班开始陪同他挑选家具直到凌晨 4,5 点钟。让我们意想不到的，这位客户最终改变了他的购买决定，他决定在罗浮宫采购全部的家具，这是一笔不小的单。按照罗浮宫的服务标准，我们为顾客细心安排了 QC 检测、包装、送货、安装等各项售后服务。今年，他再次来到罗浮宫为他的别墅采购家具，成为罗浮宫的忠实老客户。这样的故事很多。我们每天为很多的客户提供同样的服务。但向我们说明了一个事实：服务的力量是巨大的。罗浮宫通过优质的服务品质与完善的服务配套把一个原本不是我们的客户变成了我们忠实的老客户与大客户，这既是因为罗浮宫卓越的产品品质，也是因为罗浮宫服务的魅力。

朋友们：服务，是企业生命的延续。在竞争机制较成熟的环境下，市场已相对饱和，大部分同档次产品在价格、质量、性能等方面已不相上下，唯有优良的服务能使品牌脱颖而出。我们经常从商业案例中看到，有些企业因为没能经常从产品品质及售后服务，出现了很大的危机，导致品牌受到极大的损害；我们也看到很多企业在满足顾客不断提出的服务中，看到了更大的商机和前景，从而开拓了新的市场领域，成为企业发展的动力。

服务，也是罗浮宫家居集团的立足之本，从罗浮宫创立之初就秉承“服务创品牌，诚信立品牌”的经营理念，十多年以来，我们一直把“服务”作为核心竞争力，不断推出创新服务举措来满足消费者日益提升的需求，引领行业的服务水平向前发展。经过多年的

努力，我们打造了一个七星级的家居购物殿堂，不但提供高品质的产品与售后服务，还为顾客带来观光旅游、餐饮休闲、文化赏鉴等全方位的增值服务体验。2012 年，罗浮宫获评定为国家 4A 级旅游景区，广东省 500 强企业及服务业 100 强，亚洲品牌 500 强，并借争创 4A 之际，罗浮宫全方位提升了服务的内涵与品质。今天，我们再次荣膺“全国售后服务十佳单位”这一殊荣。

为不断满足消费者日益提升的服务需求，我们斥资 16 亿元建造的罗浮宫国际家居总部大厦已在 2012 年成功封顶，其核心是围绕客户需求，打造一个家居商业生态圈，提供七星级餐饮、名人会所、罗浮宫索菲特家居体验式酒店、收藏品鉴、设计创意等各项配套服务，随着罗浮宫各项配套功能的投入使用，罗浮宫的服务水平迈入一个全面升级的时代。

再次感谢组委会的肯定与认可，给罗浮宫一个展示与学习的机会。推进创新型的服务社会，任重道远；为全社会提供优质服务，是企业的责任。罗浮宫愿意与各位朋友在这条道路上携手共进。最后，我衷心祝愿本次活动取得圆满成功！谢谢大家！



11、青岛澳柯玛商务有限公司副总经理王济伦先生发言。

“2013 年度全国售后服务十佳单位颁奖典礼”发言稿

青岛澳柯玛商务有限公司副总经理王济伦

尊敬的各位领导，女士们，先生们，朋友们：

大家好！

在这金桂飘香、喜获丰收的季节，和各界精英朋友相聚在“2013 年第六届售后服务评价结果揭晓仪式暨新闻发布会”，并荣幸地获得“全国售后服务十佳单位奖”，我感到非常高兴。首先，请允许我代表澳柯玛股份有限公司，对全国售后服务评价委员会为“全国售后”的发展所付出的辛勤劳动，和社会各界朋友给予澳柯玛多年来一如既往的关心和支持，表示衷心的感谢！

澳柯玛始终以建设“持续成长的优秀企业”为目标，加强企业在技术、管理、营销等方面的创新，全面打造“质量效益型”企业，确保企业持续稳定发展。2013 年 3 月，在由国家统计局举办的“第十七届(2012 年度)全国销量领先品牌信息发布会”上。澳柯玛冰柜再次获得“冷柜产品 2012 年度全国市场同类产品销量第一”。这也是澳柯玛连续 17 年蝉联冷柜国内销量桂冠。

目前，澳柯玛正努力推动结构调整和转型升级，打造全新价值链，形成了以市场需求为导向、以质量效益为目标、以管理提升为保障、以技术创新为驱动的发展模式。澳柯玛正通过提高技术创新和管理创新能力，建立良性高效的运作模式，增强价值创造能力，提升在全球价值链中的地位，真正把自身做优做强，为实现中国“家电强国”梦想，作出自己应有的贡献。随着市场和公司大环境的发展，对澳柯玛的售后服务提出了更强、更高的要求，今天，能够连续三届获得“全国售后服务十佳单位”，对澳柯玛来说意义非同寻常，这既是对澳柯玛所取得的优异售后服务成绩的充分肯定，更是对澳柯玛发展的有力支持。

服务无界限，借今天的这个机会，我想跟在座的各界朋友就服务创新做以沟通交流。

目前，我国家电产业飞速发展，家电厂商迫于市场竞争压力以及服务需求的不断提高，企业的整体利润空间越来越小，随着服务成本的翻倍增加，与不断上涨的消费水平形成了矛盾体。服务市场体系建设需要统筹规划和政策扶持。而消费者的消费心理也日渐成熟，品牌、价格、质量、服务，都成为他们考虑的重要因素。市场竞争的焦点便自然而然地转移到更高层次的产品品质和服务水平的竞争上来。

打铁还需自身硬，正是在这样的背景下，澳柯玛根据自己的企业理念明确提出整合全公司资源走市场化、专业化、平台化的总体服务工作要求，2013 年伊始，澳柯玛售后服务即遵循“品牌化、规范化、指标化、统一化、差异化”的发展思路，走“大服务、大目标、大发展”之路，实施市场化经营，打造一个具有影响力、竞争力的服务平台，最终树立良好的服务品牌形象，增强市场竞争力。

首先，服务保障体系应持续推进，服务管理模式应推陈出新。主要体现在以下几个方面：（一）以“服务质量”为导向，从总部、大区到中心三位一体，分别签订目标责任书，进行指标化管理，实现服务指标明确化。（二）以“客户满意”为导向，实行区域差异化管理，根据不同产品、不同区域和不同的保有量制定不同的服务模式和服务策略，提升客户满意度。

其次，品牌化服务推动产品、服务质量升级。澳柯玛“金海豚”服务已经成为广大顾

客值得信赖的服务品牌，发挥着企业与顾客沟通零距离的重要作用。澳柯玛坚持“用心感动顾客”的服务理念，采取 7 × 24CRM 系统服务模式，实施 PDCA 服务过程质检管理，以客户满意为宗旨，以服务质量为导向，实施品牌服务战略，持续优化服务体系和服务流程，从产品售前推介、市场调研开发、生产、售中导购、售后服务形成螺旋式上升，实现了产品质量与服务质量双提升。“金海豚”品牌在 2012 年全国总工会、中国质量协会举行的全国实施用户满意工程中获得服务满意品牌，并被评为全国“质量和服务诚信”承诺优秀示范企业荣誉称号。

总之，澳柯玛服务是人性化、感动式的服务，为顾客提供全方位专业化“亲情”服务，让顾客全程无忧、快乐消费。

最后，感谢评委会的所有成员、专家和消费者，感谢你们对澳柯玛投出的信任一票。我们承诺将继续完善澳柯玛金海豚五星服务体系，用没有最好，只有更好的产品、服务回报顾客，回报社会！

我衷心地祝愿本次会议取得圆满成功！祝大家工作顺利，万事如意。

谢谢大家！



12、北京四季沐歌太阳能有限公司售后服务部部长王丽艳女士发言。

尊敬的各位领导，各位来宾，大家下午好！

今天怀着无比激动的心情又来到北京参加第六届全国售后服务评价活动。非常开心，请允许我代表公司向全国各地售后服务业做出巨大贡献的同行们表示崇高的敬意。

今天我给大家汇报的题目是服务一重塑品牌新形象。

我们服务品牌是太阳能热水管家。智能管家、温馨管家、安心管家。如何保证这个服务品牌的推动呢？首先我们从服务网点看，我们在全国有 1 万 8 千多家服务网点，不含乡镇里面共享的服务网点。第三个保障是团队保障。所有四季沐歌售后服务从业人员，一级从业人员有几十万，所有的成员全部都要经过认证上岗，由集团统一组织上岗资质培训，从技能、服务能力上等等做要求。一个是服务网络、第二是服务工具、服务车，第三个是服务团队来保证服务品牌，太阳能热水管家的开展和服务。

一个成功的企业源于满足客户的需求，一个伟大的企业则是能为客户的需求提供创造、感动。

四季沐歌正是以让用户感动以服务目标的企业，我们的服务理念是一个目标让客户感动。首先从 2000 年企业创立之初我们就坚持每年春季和冬季对所有的太阳能用户进行产品的巡检。太阳能使用之前，问题的发生之前，能对产品进行保养、检修，保证用户顺利的过冬。这是连续十几年坚持到现在。我们也经历了客户发自内心的对我们的感谢。我本人也亲自经历了，冬季大巡检过程中，用户相拥而泣。这是我经历的镜头。

同时我们不仅对四季沐歌用户进行坚持了十年的春冬双检，2013 年 4 月雅安地震过程中，所有的服务人员，第一时间快速反映到达地震灾区，为客户提供服务，为客户捐款捐物。中央台也给予了报道。

第二我们有条理理念，带走客户的烦恼，留下我们的关怀。08 年开始我们就于 PICC 合作，签约了产品质量险。09 年我们提出了养护标准，重新树立了行业的新标准。2001 年四季沐歌也启用了 CRM 客户管理系统，建立了呼叫中心，保证客户能够在 24 小时内与企业取得联系，保证用户的利益有所保障。

第三，我们全面领养太阳能三不管的孤儿。这是历年来的所有太阳能用户的服务。

第二个话题，服务营销新时代。

售后服务第一阶段，可以定义为解决问题问题。服务营销是第二个阶段。因此我们从 09 年开始，在全国各地铺天盖地开启了以旧换新，热水扩容、智能升级。太阳能行业已经有十几年时间，在这个过程中，我们有很多老用户的太阳能需要升级、更新换代，我们从营销的角度挖掘用户的需求，和解决客户的困难。通过服务来带动销售，以旧换新，来解决用户产品该淘汰换掉，热水不够升级，不能智能上水同样可以实现智能升级。

同时我们在销售过程中，也把老客户的营销纳入到售中过程中。建立了客户的爱，与客户拍照片、做成创意集然后回访，一些乡镇的客户，非常的在意品牌对他的关注，品牌能够给予他的是什么呢。

第三，行业领航者引领行业规范以及标准。

02 年我们公司成功在上海 A 股主板上市，随着企业上市，02 年企业拿到了同行业销量第一的认证。随着企业上市和成为行业同类销量第一这样的地位，我们成了行业的领航者。成为了行业的领航者，行业内、行业外，以及用户对我们的要求肯定也更高。在这种时候，我们要思考的是作为行业领航

者，你就应该以行业领航者的姿态引领行业建立更高的服务标准以及服务体系。我们在 2002 年全面启动了星级服务中心建设，使我们的服务再升级。

星级服务中心要全部经过集团统一上岗资质培训，并且持证上岗，每年一次年审。这都是我们通过培训来保障所有的市场服务，能够给用户提供最优质的保障。

四季沐歌星级服务中心的成立标志着四季沐歌服务标准化、制度化、流程化、体制化的实施，能够为用户提供专业、规范、高效的服务。星级中心的打造将引领行业服务规范 and 标准，使行业整体的服务模式更加的规范和成熟。同时继续实施精细化服务，在全国范围内实施全部领养三不管太阳能。力争成为行业品牌的典范，引领太阳能行业迈向崭新的时代。

通过几年的积累，我们取得的不少的成成绩，这些能说明过去，不能说明未来。我们要思考，现在我们进入了什么样的时代，我们进入了大服务的时代，要提供的是精准服务，通过星级中心和服务体系建设。我们要思考服务如何转型，服务是指售前、售中、售后。我们走过了三个阶段，第一个售后服务阶段，售后服务只是针对用户的产品问题，我们处理掉是售后服务阶段，第二是服务营销阶段，通过售后服务的举措，拉动、促进销售的达成。比如说以旧换新、领养三不管，虽然是彰显了企业的社会责任，同时也是服务营销的举措，最终目的能够为销售起到拉动的作用。现在到了第三阶段，大服务的阶段。大家都知道，当下已经到了大数据时代，大数据时代的营销是精准营销，就是说大数据时代的精准营销追求个性化营销和服务。服务已经到了大服务的时代，提到了精准服务，精准服务如何实现？北大的老师讲课讲到一个话题，大多数的生产企业做销售的时候，更多是供应链的思维来思考，我设计了这样的产品，我到了某一个区域去推广，没有做到从消费的思维来推动销售，比如说用户需要的是什么呢。

四季沐歌为大家提供的是解决方案。如果说产品和技术是企业销售的推力的话，服务就是营销的拉力。我们去挖掘客户的需求，并且给客户提供一个解决方案。从消费类的角度来想的话，我们的销售模式应该有所变化。服务将助力四季沐歌实现梦想。最后借用雷锋的话，人的生命是有限的，可是为人民服务是无限的，我要把有限的生命投入到无限为人民服务当中去。



13、太阳雨太阳能有限公司售后服务部部长何洪侠女士发言。

尊敬的各位领导，各界朋友，大家下午好！

非常高兴能够再次站到这个舞台上，获得全国售后服务十佳单位荣誉称号，我们感到非常荣幸。感谢组委会为我们提供了这次获奖的机会，感谢各位领导、各界朋友对太阳雨售后服务工作的支持与肯定。

太阳雨是全球领先的太阳能热利用领导者，太阳能、热能等等专业供应商，中国太阳能光热第一股，我们的股票代码 603366，中国驰名商标十余年，我们一直致力于技术研究、生产制造、生产推广。目前太阳雨已经为全国 100 多个国家和地区提供太阳能热水系统的解决方案，全球销量遥遥领先。

多年来我们不断进行创新，过去几年太阳雨连续多次蝉联全国售后服务十佳单位。作为太阳能光热行业的领导者，我们始终认为，售后服务是品牌的硬资产，是一个成功企业软实力的体现。伴随着公司业绩的成长，我们不断进行售后服务系统的升级，提高售后服务水平，让我们的服务伴随着公司的产品同行，以客户满意为宗旨，为热情、耐心、细致的服务态度，全心全意为客户服务，产品到哪里，我们就到哪里，让客户买的放心，用的舒心，打造值得信赖的平台。为客户创造性的提供有价值的服务，目的是提供服务，目标是创造价值。

随着市场竞争的加剧。消费者消费的理念日渐成熟，售后服务对企业而言已经变得越来越重要。向消费者提供经济适用、优质可靠的产品是前提条件，服务是产品价值的延伸，是竞争的焦点，服务也是经营者和消费者双方利益的增长点，满足用户的需求，为用户创造更多的价值，消费者一旦被感动，就是我们永远的品牌传播者。每一个消费者都是我们的上帝，消费者的难题既是我们工作的主题，我们一方面花费大量的人力、物力、财力研发性能优越的产品，满足用户的需求。另一方面不断的提升售后服务体系，强化服务质量管理，提高科学管理水平。服务是竞争的焦点，服务也是经营者和消费者双方的利益增长点，满足用户的需求，为用户创造更多的价值，创造更多的服务感动，而作为消费者的大众，一旦被感动就是我们永远的口碑传播者。因为太阳雨提出把消费者看作是一切工作的核心，消费者的难

题就成为我们太阳雨工作的主题。

在太阳雨全体人员坚持不懈的努力下，我们太阳雨红太阳服务已经成为了行业售后服务的系统中一面旗帜，从一个电话无牵无挂到服务零抱怨，满意百分百目标的提高。从全国售后服务机能培训到终端服务持证上岗，再到万辆服务车下乡的硬件配置到全国服务中心的成立。太阳雨一直引领行业服务的变革。

现在太阳能行业完全进入到了竞争激烈的市场竞争行列，不少企业把服务作为营销点开始大肆的包装、宣传，当然我们很高兴看到这一点，因为正符合了我们的服务初衷，有益于行业整体服务水平的提升。我希望我们的行为能在行业中起到表率作用，为整个行业的繁荣和市场的稳定做出我们应有的贡献。

最后感谢评委会所有的成员，感谢在场的各位专家、全国广大消费者，感谢你们对太阳雨售后服务工作的支持与信任。我们将继续秉承以客户为中心的服务理念，不断完善服务体系，创新服务模式，持续打造终端服务平台，创造性为消费者提供有价值的服务。谢谢。？



14、杭州老板电器股份有限公司售后服务部部长崔巍先生发言。

杭州老板电器股份有限公司售后服务部部长：崔巍

尊敬的各位领导、各企业代表：大家好！

非常荣幸能够应邀参加此次“售后服务评价”发布会暨服务创新论坛。首先，请允许我代表杭州老板电器股份有限公司对中国商业联合会多年来对老板的关心与支持表示衷心的感谢！并预祝本次活动取得圆满成功！

中国商业联合会通过实施一系列的创新举措，让越来越多的企业将目光关注到“服务”上来。着眼当下家电行业，产品同质化程度越来越高，市场竞争已从产品竞争、价格竞争转向服务竞争，并且日趋激烈；在这种形势下，我们必须积极提高自身的服务质量，创造企业的服务品牌，只有服务才能创造更多的附加值。

34 年专注高端，15 年销量领先，老板电器明确高端定位，在做好市场销售的同时，更助力于打造一流的服务体系。在商业联合会、中国认证认可协会及社会各界的关怀下，老板始终坚持模式创新以及品牌升级，一如既往的为顾客提供高品质、亲情化的增值服务。围绕“全程提速，卓越服务”的服务策略，从售前售中售后全方位提高客户服务响应速度，树立快速服务标杆，提供高品质服务。本次能获得此殊荣也说明了这一点。下面，我就老板电器的以下几点措施与各位进行探讨、分享，欢迎各位领导及企业代表提出建议，共同进步提升。

一、建卓越服务体系，树行业创新标杆

五星全程管家是老板电器金牌售后服务体系，在整个行业内也是独一无二的。在用户选择老板后，五星全程管家将为用户提供包括“厨房规划、送货安装、维护修理、养护指导、跟踪安检”等一系列服务，做到方方面面为顾客考虑。用全面、及时、专业、周到、贴心的五星全程管家服务为超过 3500 万幸福家庭的厨房保驾护航。

二、升级信息化平台，打造一流服务体系

老板电器一直关注客户的体验与感受，用一流的系统平台，一流的环境打造最优质的服务。全新落成的呼叫中心采用了 Avaya 呼叫中心解决方案，按照电信企业级的可靠性标准建设，最多可扩容至万门电话同时提供服务，与全国的六六六分公司组网实现上千名坐席同时在线服务；通过 CRM 客户信息管理平台，自动识别客户信息，根据系统客户资料及服务记录提供快速贴心的管家式服务。智能 IVR 平台为客户提供多重服务选择，系统平台会结合客户的所在区域、服务需求，提供多元化的个性服务方案，设身处地为顾客解决问题。同时在客户最关心的服务时间及服务质量问题上，公司除了不断加大服务网点覆盖率，建立快速服务模式外，系统也会根据客户预约时间提前将上门服务信息以短信方式告知客户，并在第一时间回访服务质量及客户满意度，让客户参与到老板“关爱有加，赢得客户非常满意”服务评价体系中。

三、厨房设计，服务先行

服务之于产品，如裁缝之于锦缎。作为厨电行业的领导品牌，老板多年来一直将顾客放在首位，以“客户非常满意”作为自己的工作标准。老板首倡的 KDS 服务更是开创了主动服务新时代。烟机未至，服务先行，在消费者购买厨电之前就为其厨房设计提供多元化的设计建议，从而免除消费者更多的后顾之忧。不仅树立了行业服务标杆，更是引领厨电行业服务升级的重要标志。