



“您的满意,就是我们的追求!”

聊城市百货大楼暖心服务二三事

良好的服务是企业的灵魂。对于任何一家企业来说,能否赢得更多的客户,能否让更多的客户满意,决定着企业在激烈的市场竞争中的成败。“经营企业的最佳方式就是给客户提供最优质的服务,而客户的推荐会给企业带来更多的客户。”今年初,聊城市百货大楼提出了“服务大提升”口号,让全体员工站在消费者的角度,切实提升服务水平。

7月26日,聊城市百货大楼监察与质量管理部部长赵晓静为我们讲述了百大员工感人的服务故事。从这些故事中,我们可以感受到,聊城市百货大楼将优质服务作为企业发展“生命线”,用真心真意赢得了顾客的信赖。

编者按

文/图 张英东

时代在发展,社会在进步,人民群众对美好生活的追求永不止步。

如今,人们在购物时,不再单纯地把目光投向商品价格和品质,而是更加关注企业售前售后的服务水平。作为我市商业龙头企业,聊城市百货大楼多年来致力于改善消费环境、提升服务品质,用优质的商品和服务赢得良好的声誉和口碑。

“诚实守信,以德为本”是我们多年来始终坚持的经营理念,我们的员工认真践行这一理念,在服务顾客的过程中发生了许多暖心故事。”聊城市百货大楼监察与质量管理部部长赵晓静说。



百大金鼎总服务台工作人员为顾客答疑



百大三联营业员为顾客演示吸尘器用法



百大三联小家电营业员在烹饪食物



● 故事一:

为让顾客满意

她为顾客一连试了三台新破壁机

做好服务工作,耐心是必备的素质。尤其是遇到对产品精挑细选的顾客时,更要以最大的耐心赢得顾客的信任。对这一点,百大三联家电城九阳柜台营业员赵晓芬有很深的体会。

“不久前,有一位老大爷和老伴一起来我们柜台挑选破壁机。”赵晓芬向记者讲述了一个发生在自己身上的故事:老人看中了一款不用手洗的破壁机,她用这款破壁机现场打了一锅米糊,从头到尾演示了一遍,但二位老人品尝完米糊就走了。

隔了一天,两位老人又来到柜台看这款破壁机,她又给两位老人演示了一遍。“老人边品尝边讲价,还想要一份赠品。”赵晓芬回忆说,最后老人按活动价购买并获得了赠品。成交后,她拿出新机器,拆箱验机。每个小细节都给老人检查了一遍,确定没有问题以后封箱送货。

货送到以后,老人却打来电话,说不会使用,并且觉得机器声音太大。“挂了电话以后,我就直接去了老人家里。”赵晓芬说,在顾客家里,她开机试了一下,发现机器的确比演示机声音大一点,于是决定给老人重新换一台机器。

老人不放心,便跟随赵晓芬来到百大三联换机器。来到九阳柜台前,营业员许水静拿出一台新破壁机,和演示机同步进行演示,对比二者的声音大小。试了一台又一台,接连试了三台机器后,老人终于露出了满意的笑容。

“在日常工作中,我们时常会遇到这种比较细致、严格的顾客,我们要做的就是通过耐心服务,最终打动顾客。”赵晓芬说,“服务无止境,让顾客满意是我们永远的追求!”

● 故事二:

为帮顾客分忧

她整夜照料手术后的老人

服务的最高境界是什么?在聊城市百货大楼营业员李颖看来,是和顾客成为朋友。当朋友遇到急需需要帮助时,李颖毫不犹豫地伸出了援助之手。

2016年深秋的一个傍晚,正当李颖准备给孩子做饭时,接到顾客文慧(化名)的电话:“李颖,晚上事情多吗?帮姐姐一个忙行吗?”电话里,李颖听出对方很焦急。

文慧是李颖两年前服务过的顾客。因李颖多次帮她解决商品使用问题,她渐渐地被李颖的细致、真诚打动。两人慢慢变成了朋友,逢年过节都会通过电话、短信等方式互相问候。

“我晚上除了照顾孩子,没其他事。姐,你有什么急事吗?”此时的李颖以为,文慧还是像以前一样,遇到了电器故障等棘手的问题。

“李颖,你帮姐个忙,我妈脑出血,刚被120接去住院。我在北京,赶不回去,你能去医院帮我照顾……”话还没说完,文慧就在电话那头哭出了声。

虽然有点始料未及,但同样为人子女的李颖,十分理解一个远在外地的女儿此时此刻的心情。她答应了下来,简短安慰了文慧几句,挂掉手中的电话,将自己6岁的女儿托付给邻居后,便急急忙忙赶去了医院。那一夜,老人的手术很顺利。医院里,老人抓着李颖的手一直说:“闺女,你真比我亲闺女都亲啊!”

文慧从外地赶回来后,对李颖表示感谢,二人的关系也比以前更加亲密了。后来,文慧遇到难事都会想起李颖:“李颖,你帮我劝劝我女儿,她最近谈了个对象……”在文慧眼里,一个能帮她陪护病床上老人的人,也一定是能帮她处理孩子问题的人。

每当回想起这些和顾客之间的故事,李颖内心久久无法平静:“这就是我们百货大楼的服务理念,用全心全意的付出赢得顾客对我们的信赖。”

● 故事三:

为制造浪漫与惊喜

她帮顾客将手表送到女友手中

对手表柜台营业员来说,免费送货到家并不是分内的工作。但聊城市百货大楼依波表专柜营业员高贤却做了一次义务“快递员”,为的是帮顾客制造浪漫与惊喜。

“喂,您好!我想订购一只依波232324型号的女表,价位是568元,你们那里有货吗?”7月14日,高贤接到一位男性顾客打来的电话,“这只手表对我很重要,请一定帮我订购,我19号用。”

高贤到柜台一查,没有这款型号手表的库存,于是立即与厂方联系供货事宜,并给顾客回了电话:“这只手表柜台暂时没货,我已经帮你从厂方订购,19号前可以到货,你来取就行。”

但此时,顾客又提出了一个要求。

“这只手表是送给我女朋友的生日礼物,可是我在外地当兵回不去。能不能麻烦你帮我送到国际商务港?我想给她一个惊喜。”

“那好吧,我叫高贤,把账号给你,你把款汇来,等表到了以后,打一个精美包装帮您送到,放心吧!”

“行,我给你汇600元吧!”

“不用,汇568元就可以。”

第二天,高贤到银行一查,卡上还是收到了600元。她就给顾客回了电话说:“宋先生,你的汇款我收到了,共600元。手表单价568元,应找32元,我把这些钱给你女朋友吧!你的心意我领了,但钱我不能要,你如果对我们的

服务感到满意,以后和朋友买表、购物来百货大楼就可以了。”

7月19日上午,高贤按照约定来到聊城国际商务港,把手表、钱和发票一起交给了顾客的女朋友,并交代了手表的使用保养常识和注意事项。“哇!太浪漫了,你们真是在用心为顾客服务啊!”顾客的女朋友惊讶又高兴地表示:“您的满意,就是我们的追求!”高贤说。

虽然帮顾客送一只手表,是一件不起眼的小事,但它却能折射出聊城市百货大楼员工对服务品质的重视。“服务他人,就是成就自己。这些小事让我们的工作更有意义,更加精彩。”高贤说。

张英东

马斯洛的需求层次理论认为,人最高的需求是尊重需求和自我实现需求。而服务正是为消费者提供了这种需求。因此,从某种意义上来说,服务就是最好的营销。

随着社会的进步,人们收入的提高,消费者需要的不仅仅是一个产品,更需要这种产品带来的特定或个性化的服务,从而有一种被尊重和自我价值实现的感觉。

对于一个以向顾客提供服务为主要业务的企业来说,能够让顾客对自己的服务满意,其实是对企业最好的宣传。换句话说,让每一位在企业消费的顾客满意而归,就是企业最好的营销手段。

在聊城市百货大楼,每个楼层都有顾客休息区,冬天可以喝到姜糖水,夏天可以喝到绿豆汤。购物时,手机没电了,还有免费充电宝可以随时补充电量。这些温馨的服务举措,让这里多了一位又一位回头客。

要判断一家企业的服务品质到底是好还是坏,方法很简单:如果其服务品质非常好,自然就会被广大消费者所接受;如果其服务品质非常差,即使做再多的宣传,也会被激烈的市场竞争淘汰。这就是市场经济的规律。

服务,既讲原则,也讲人情。在聊城市百货大楼,我们真切地看到销售人员和顾客因优质服务而产生的牵绊,他们取得了彼此的信任,赢得了对方的尊重,有的还成为了挚友。通过这样高品质的服务,让每名消费者满意而归,从而促进再消费,并向周围人进行口碑宣传,形成良性循环。

服务看似虚无缥缈,实际上都是很实在的工作。服务看似细枝末节,却决定着消费者的体验。其实服务的提升并不复杂,多一点耐心,多一点诚意,多一点换位思考,就能让消费者体验到质的提升。

服务是最好的营销



百大三联家电售后团队展示