

# “面对面”服务顾客 “心贴心”拉近距离

## ——聊城市百货大楼家电事业部把服务做到顾客心坎里



百大三联售后服务团队



星级营业员分享经验



顾客展示为售后人员写的感谢信

### ■ 张英东

每天上午9点之前,百大三联营业员都会把大楼的内门提前打开,让早到的顾客进来稍坐片刻,喝一杯免费的暖心茶饮。

如今,人们在选购家电时,已不再把目光单纯投向商品价格和质量,而是更加关注售前、售后服务的质量。百大三联的免费服务达30项,覆盖了售前、售中和售后。

百大三联,服务在身边。“我们要进一步梳理服务,提升水平,认认真真研究服务,踏踏实实做好服务,循序渐进推广服务,持续不断创新服务,扎扎实实提升服务。”10月22日,百货大楼家电事业部总经理鲍海涛在业务分享会上勉励全体员工。

### 售前服务 精准对接顾客需求

售前服务比价格更能影响消费者决策。在百大三联,每当有顾客选购家电时,营业员都会为其详细讲解产品的规格、尺寸、功能。

10月25日上午,百大三联二楼小家电商场老板电器柜台营业员李云红接待了

一名顾客。顾客在选购抽油烟机、灶具和洗碗机时,一直犹豫不决,担心自家的厨房空间太小不好安装。

经过沟通,李云红和顾客约定好,下午3点半到顾客家里,为其现场测量厨房的尺寸,并给出合理建议。令李云红没想到的是,量完尺寸,顾客对安装情况了解后,又选购了一台蒸烤一体机。

进门测量、设计方案、测甲醛、测水质……在百大三联的30项免费服务中,有多项属于售前服务。这些服务,在很大程度上帮助顾客做决策,让他们选购到自己心仪且符合实际需要的商品。

在百大三联,为顾客提供贴心售前服务

的故事每天都在发生。“海尔净水机”柜台营业员胥茂霞分享了她的故事:十一期间,她接待了一名来选购净水机的顾客。在介绍完厨房净水机后,她又给顾客介绍了全屋净水设备,并为其讲解了全屋净水的功能和好处。

“当时,顾客对全屋净水并不了解,就加了我的微信,说回头考虑一下。”胥茂霞说,后来,她和顾客在微信上沟通时,顾客主动询问了全屋净水设备,担心自家是精装房,不确定能不能安装。

“我们百大三联可以免费为您提供上门测量服务,提供设计安装方案。”胥茂霞说,第二天,她就如约进门测量、设计,赢得了顾客的赞誉。

### 售中服务 暖心细节打动顾客

免费提供口罩、助听器、医药箱、针线盒、老花镜、饮用水、打气筒、雨衣雨伞……针对不同年龄群体顾客,百大三联提供多样化暖心服务。

这些暖心的细节,总是能打动顾客,拉近与顾客之间的距离。售中服务,是零售企业在商品销售过程中直接或间接为顾客提供的各项服务。营业员在接待顾客时,通过主动、热情、耐心周到的服务,把顾客的潜在需求变为现实需求。在百大三联,营业员们总是为有需要的顾客提供力所能及的帮助。

百大三联一楼飞利浦柜台营业员庄新峰曾接待过一位95岁的老先生,老人腿脚不灵

便,坐着助力车来的。听完庄新峰的耐心讲解,他选购了心仪的剃须刀。看到老人行动不便,庄新峰走出柜台,送他离开商场。

为选购家电的顾客送货上门、安装,是百大三联30项免费服务中的一部分。“我们的配送服务,一般是在选购家电后的第二天。”百大三联客服中心经理曹海龙说,有时,顾客着急使用,营业员也会使用手推车等工具,帮助顾客将家电装到车上。

接待服务是售中服务的中心内容。“在商品销售过程中,接待服务对销售成败具有决定性的作用。营业员服务质量的高低,直接关系到企业声誉的好坏。”曹海龙说,在当前市场情况下,百大三联不断提升营业员的素质,不断挖掘消费需求,多途径为销售赋能。

评定星级营业员,是百货大楼家电事业

部的提升营业人员服务质量的一项重要举措。10月21日,百货大楼家电事业部举行了一场星级营业员代表经验分享会,为2022年新晋的17名星级营业员进行了授星。

张焕玲、耿艳艳、陈晓慧、牛延君4名星级营业员结合自身工作实际,分享工作经验。陈晓慧已连续14年获得星级称号,在日常工作中,她积极发挥“传帮带”作用,帮助新同事熟悉开单流程,掌握销售技巧,发挥了星级营业员的标杆作用。

“我们用服务感动顾客,而顾客也对我们的工作和服务给予了认可和尊重,这又成为激励我们一路前行的动力!服务不是单行道,我们在付出的同时,也在收获着成长和进步!”百货大楼党委副书记、工会主席、副总经理姜宝胜说。

### 售后服务 “四个为主”铸就品牌

个发生在她身上的故事。

今年7月,一名顾客在百大三联选购了两台同品牌、同型号的空调,分别将其装到了自家的两个卧室中。空调安装完后,路静接到了顾客的“投诉”电话。顾客表示,自家的两个卧室面积大小相当,但同样是将空调调至28℃,一个房间里的温度体感舒适,而另一个房间的温度就稍高一些。如果将另一个房间里的空调温度下调一度,又会感觉稍冷一些。因此,他对空调的质量产生了疑问。

接到顾客的电话后,路静带着维修人员来到顾客家中。经过专业测试,路静告诉顾客,空调质量没有问题。经过一番沟通后,顾客表示要更换那台他认为“质量有问题”的空调。“您的两个卧室虽然大小相当,但是位置不一样,每天接受阳光照射的时间也不一样。当然,我们还是可以免费为您进行更换,您可以再次对比一下。但是,我们只能为您更换这一次。”路静说,更换新空调后,顾客终于

满意了,没有再提出新的问题。

售后在交易流程中发挥着重要作用,售后服务的质量决定了企业的口碑。售后服务得到好评的企业,往往更能得到消费者青睐。

“前两天,一位买了空气炸锅的顾客通过电话找到我们,说家里的空气炸锅有问题,不知道是不会用还是坏了,问是否能拿到店里来帮忙给他看看。”百大三联九阳小家电柜台营业员许水静分享了她的一次服务经历。

顾客把空气炸锅拿到店内,经过检查,许水静发现顾客购买的空气炸锅是线上机型,不是在实体店买的。

“按照品牌商对线上线下机型的服务标准,线上机型的售后我们可以引导您去厂家售后服务点处理。”

“那怎么办,你们这就不管了吗?我不管,我家里的所有家电都是在你们百大三联买的,这个问题你们得给我处理!”

虽然顾客的商品不是在百大三联购买的,但许水静还是秉承着“一切为了顾客满意”的服务理念,一方面耐心地跟顾客进行沟通,一方面帮助顾客积极联系厂家售后进行处理。

可厂家售后在了解完顾客的机器问题后,表示需要进行收费处理。顾客却表示不理解,说了句“东西放在这,你们处理吧”就生气地走了。顾客走后,许水静心想:“顾客一直以来在我们百大三联购买家用电器,说明对我们特别信任,我们决不能让信任我们的顾客寒心,一定要想办法帮助顾客解决问题。”

随即,她又一次拨通了厂家售后的电话,告诉了她们这位顾客的具体情况,并表示愿意承担顾客的维修费用。经过与售后的多次沟通,厂方售后被她认真负责的态度所感动,最终同意免费为这位顾客进行维修。当许水静把这个好消息打电话告知顾客时,顾客很感动,表示很满意。

“其实,工作中我们会遇到形形色色的顾客,但不管怎样,我们始终牢记‘一切为了顾客满意’的服务理念,认真对待每一位顾客的每一个问题,为顾客带来更贴心、完善的服务,让百大的服务打动每一位顾客。”许水静说。

## 山东举办首届家电清洗服务技能大赛

# “百大洁家”员工获个人银奖

本报讯(张英东)10月22日,2022年中国(山东)家电清洗行业高峰论坛暨“技能兴鲁”山东省家电清洗服务技能大赛、“金刚钻”杯全国首届家电清洗服务技能大赛山东决赛在济南举行。百大三联旗下售后团队“百

大洁家”员工庄庆军荣获“空调柜机清洗消杀服务”个人银奖。

近年来,随着人们健康意识的不断提升以及媒体对家电污染危害的宣传和普及,“家电需要定期进行清洗”的常识逐渐深入人心,消费者的家电清洗需求也不断扩大。据权威部

门统计,全国使用中的家电保有量有20亿台,家电清洗行业呈现强劲的发展势头。

然而,与旺盛的市场需求形成鲜明对比的是,家电清洗从业人员的专业技能参差不齐,导致清洗过程中容易出现清洗不到位,甚至损坏家电的情况,严重影响消费者体验。

在此背景下,百大三联凭借“以用户体验为主”的服务理念,不断提升服务能力,培养了一批技术精湛的服务标兵,助推家电清洗行业高质量发展。“我们将发扬精益求精的工匠精神,修炼内功,全面提升服务水平,赢得良好社会效益!”庄庆军说。