

以客户为中心的 服务品质标准化

市场管理 程琰



当今的市场竞争已不再单纯是产品价格竞争，更是产品质量和服务质量的竞争。可以提供优质产品和服务的企业将比竞争对手拥有更迅猛的增长势头和更强大的获利能力。有人说：产量是钱，质量是命。如果我们只是一味地追求产量和效益，无异于要钱不要命，最终只能是人财两空。相反，如果我们重视质量，质量带给我们的一定比付出的更多。有了过硬的质量，企业的生存、发展和效益也就水到渠成；企业有了效益，职工的利益也就自然得到了保障。经过十几年的发展，利尔达已从单纯的芯片代理商转变为拥有自主产品的生产商，服务与品质的重要性也不言而喻。2013年，我们采取了以下措施，以提升服务品质。

1.提高大家对质量与服务重要性的认识。好的服务质量可以增强客户的向心力和凝聚力，提高客户对我们产品的忠诚度，有利于我们产品的二次销售，甚至多次销售。否则就会拉大我们与客户的距离，就不能及时反映他们的建议和意见，这样不但失去了纽带和桥梁的作用，也会造成客户的流失。当我们将自己与客户的利益联系在一起，积极主动的为客户服务，解决因产品质量而造成的客户困扰，全心全意的为客户服务，才能使客户成为我们的朋友，与企业一起同“同呼吸，共命运”，真正创造“双赢”的局面。这也符合了利尔达“尽心尽力，成就你我”的企业文化。

2.完善产品质量体系，重视实施效果。我们的工作要有程序，每道程序要有规范，每项规范都要有工作标准，工作是否达标要有制度约束，这样可以使我们的工作有章可循，有条不紊。因此，工厂建立了一套完整的产品质量体系，并确保其得到贯彻和实施。

3.设置客户投诉热线，由专人负责接听（直面客户）；建立反馈机制，及时沟通。“细节决定成败”，毋庸置疑，一个电话、一句问候都有可能成就我们的工作，而一个不经意的怠慢也会让我们的工作一败涂地，因此，细节对我们的服务工作起着至关重要的作用，特别是针对客户的人性化的细节关怀，可以让客户在感受到亲人般的呵护，提高满意度。投诉热线接到客诉之后，第一时间将信息传达给相关责任人，并全程跟踪事件处理过程。在客诉处理完毕后，及时了解客户的意见和建议。与客户之间的沟通则是提高服务质量的重要手段，建立反馈机制，使沟通渠道畅通，及时了解客户的意见和建议，既可以不断改进工作中存在的不足，提高服务质量，也可以增加我们企业在客户心中的诚信度和凝聚力“以质量求生存，以质量求发展”，树立“以顾客满意为宗旨，以持续改进为手段的质量理念”，用科技进步和标准化管理，创出用户满意的产品。

4.设置客户投诉邮箱（针对内部销售人员）：销售人员将客诉转到客诉邮箱，同样会有专门的人员指定客诉的责任人，第一时间处理问题。

5.齐心协力，各部门共同做好客户服务工作。利尔达拥有先芯工厂和众多的销售公司和事业部，大多数服务工作都不是由个体独立完成的，而是一环扣一环，由集体合作完成的，因此，各部门相互配合，相互支持，对提高服务质量至关重要。

品质管理活动的不断坚持，总会带来消费者良好的口碑和公司良好的外在形象，有了这种收益，品质服务最终能融入公司的企业文化。常见的品质文化精髓如品质是一种责任，必须对消费者负责；品质是一种道德，必须维护它的崇高荣誉；品质是一种习惯，要成为员工日常工作的自觉表现。久而久之，品质成为公司里全员至高无上的追求。



利尔达科技市场管理中心