

## 客户为上 服务争优

### ——记苏州移动现场管理转型之路

近日,在厦门举办的“2017年全国现场管理星级评价活动暨全国质量信得过班组经验交流大会”上,苏州移动干将西路营业厅、苏州大道东营业厅、互联网数据中心同时获评国家级五星级现场。

荣誉的背后,离不开先进的班组管理经验、优秀的服务机制,以及敢于创新的运营模式……在种种有力举措的支撑下,苏州移动整体服务质量不断攀升。

#### 干将西路营业厅:牵引现场管理转型

成立于2003年9月的苏州姑苏区干将西路沟通100店,是苏州最大的一家综合性营业厅。自2010年推进现场管理星级评价标准以来,该厅积极践行科学的管理方法,通过前台服务五要领、党员团员先锋服务岗等举措,助力营业厅客户服务水平“再上一层楼”。

结合前台实际操作和各类工作规范,营业厅将班组管理、服务规范等工作细则和执行要求,编辑成了具有突出特色的“前台服务五要领”,即五多服务、四声服务、业务记录制、限时服务、细节服务。具体而言,就是营业厅服务要多问一句、多看一眼、多查一遍、多听一听、多换位想;来有迎声、问有答声、唱收唱付、去有送声;对投诉客户,未受理完毕业务进行详细登记,并在时限要求前回复客户;限定普通业务办理时间为3分钟;对特殊客户提供细致服务。

不仅如此,营业厅特别设立了党员团员先锋服务岗,专门为客户解决“疑难杂症”。走出厅店大门,他们还是服务周边社区的“主力军”。“我们建立了一支由党员带头的‘流动营业厅’服务小分队,不定期走进集团、社区,与客户零距离沟通,还针对附近老年人、学生开展科普讲座,普及通信安全知识。”据营业厅店长小陈介绍,该厅与苏州图书馆联合打造的企业图书馆“书香移动”集藏、阅、借、管为一体,还受到了社区居民的一致欢迎。

截至目前,干将西路沟通100店年营业额近千万,月均服务客户上万人。

#### 苏州大道东营业厅:探寻运营新思路

随着移动互联网的迅猛扩张,营业厅发展日益艰难。为吸引客户到店,激发消费需求,苏州大道东营业厅围绕“智、合、聚、简”四方面,建立起全新的服务新形态。

“智”,即充分考虑客户需求,从而逐步实现营业厅管理能力和效益的双向提升。“合”,即在业务、人员、营销与服务等方面开展融合工作,一方面融合个人与政企业务受

理,优化政企客户感知,另一方面,实施店长至值班经理的全业务融通,并将现场产品互动体验营销与客户服务融合,逐步实现“大融合”。

“聚”,即将“真心、贴心、诚心”作为班组文化,并灌输于每一位营业员的心中。在班组管理上,店长针对每位员工的性格特点和能力差异“对症下药”,员工的积极性与自主性得到有效激发。“之前有位男营业员对工作没有太大的上进心,但面对自己的师傅时就认真,所以我给他设计了专属的‘师徒PK’,效果不错。前不久这位员工业务排名上升到组内第三。”营业厅店长小汪回忆道。组内形成你追我赶的氛围,不仅大大提升了营业员的工作能力,还在他们中形成了很好的凝聚力。

“简”,即在业务受理无纸化的基础上,利用电子屏幕替代纸质物料实现宣传无纸化,同时实施业务分流机制,咨询台、专席、台席各有侧重,使客户平均业务办理时长缩短40%。

紧紧围绕客户特点及需求,苏州大道东营业厅以创新的服务思路逐步提升客户满意度,逐渐成为业内的标杆代表。

#### 互联网数据中心:打造IDC服务新标准

作为省内三大核心节点之一,苏州移动互联网数据中心在满足客户业务支撑需求的同时,还积极探索行业服务标准,持续提升流程优化、创新,持续打造技术、服务双领先的互联网数据中心示范基地。

苏州移动互联网数据中心团队现阶段主要负责IDC业务入驻、施工、业务开通、客户及网络的日常维护巡检以及7\*24小时实时响应等工作。与此同时,他们还将创新服务渗透到与客户产生交集的各个环节,全力打造全流程IDC安全服务链,力保客户的生产安全和信息安全。“我们在全省率先建设了基于深度包解析(DPI)的IDC网络全量精细化分析系统,可以准确定位影响客户感知的各个环节,提升问题解决的效率。”据团队负责人小周介绍,迄今为止,入驻客户满意度达到100%。

目前,苏州移动已经将“以客户为中心”的现场管理核心理念和管理模式运用到终端售后、客户响应、网络支撑等功能服务现场。未来,苏州移动将不忘初心、继续前行,不断汲取新的科学管理方法,创新、优化服务流程及细节,提升营业厅、互联网数据中心等客户接触点的服务质量管理水平,满足客户不断变化的需求,持续提升客户满意度。

(苏小品)

## 站在客户角度提供贴心服务

小张是苏州移动的一名客服人员,一天他接待了一位客户,该客户气势汹汹,表示移动公司乱扣费,之前充了话费没使用就被扣光了,态度很强硬的要求核实原因。

听完客户的描述后,小张先安抚客户的情绪,紧接着为客户查询其消费账单和充值记录,发现该客户开的是18元自选语音包+70元自选流量包。由于客户的流量基本没使用记录,因此在每月的出账期都会补齐套餐费,小张知道客户开通的套餐和实际使用不符合,然后向客户解释此问题,并建议客户更改适合自己的套餐。

客户表示不理解,说:“套餐费不是每天都在扣吗,为什么月底的时候还要再补齐?”于是小张对客户说:“70元流量自选套餐扣费是实时扣费,使用1M流量扣费0.29元,70元套餐费扣完剩余的优惠不再计费,如套餐费未扣完月底补齐套餐费。”诚然,客户因为上个月的流量使用较少,所以在月底的时候补齐了58元的套餐费,故充值了50元话费实际扣了上个月的扣费,后来小张又通过收支情况给客户核算具体费用,显示都是没问题的。在进行详细的沟通后,客户也没有疑问了。

客户后来说,该号码之前是家人用的,自己在用之前也没关注套餐情况就直接使用。其实自己还有另外一个号码,这个号码基本上就是用来接听电话的,流量很少使用。站在客户的角度,小张就向客户推荐了比较适合其消费的飞享18元套餐,告知客户移动公司的扣费都是透明的,建议其可经常在掌上营业厅查询自己的消

费情况,以便于合理调整套餐。客户听完小张的建议后,对他表示感谢。

(张曼)



## 走,到苏州太湖西山赏梅体验岛居生活去

1月18日,第22届苏州太湖梅花节在金庭游客服务中心拉开帷幕。本届梅花节为期两个月,主题是“畅游林屋赏梅,乐享岛居生活”。目前,西山的“林屋赏梅”已有部分梅花开放。

梅花是中国名花,从古至今一直被国人视为吉祥之物,古代文人对梅花情有独钟,视赏梅为一件雅事。苏州环太湖地区是著名的探梅胜地,早春探梅赏梅的习俗流传甚广。“林屋赏梅”是西山岛上最具代表性的赏梅佳境,1500亩梅林,30多种梅花,是中国梅花活动中心之一。到赏梅的最佳时节,空临林屋山,放眼望去山下千亩梅林,白浪翻花,姹紫嫣红,蔚为壮观。

一年一度的太湖梅花节是苏城早春第一大旅游节庆,也是太湖西山岛最具

影响力及品牌效应的旅游活动。本届梅花节在林屋赏梅景区布置大戏台,上演舞蹈、评弹、魔术等节目,还设置了“梅花祈福”“游园寻梅”“红包墙”等活动以及创意集市,为游客带来核雕、木雕、剪纸等苏州传统手工艺展示和美食梅花糕、茶点、吹糖人等制作。此外,主办方在线上推出了“林屋记忆”“梅妃操舞”等互动活动,准备了景区门票、西山岛旅游年,以及各种以梅花为主题的奖品。市民及游客可通过关注官方微博“苏州太湖西山岛”了解活动详情。

为满足游客的需求,梅花节推出了“乐享岛居生活”的旅游新概念。主办方将岛内景区景点、农家乐、民宿、采摘等旅游资源进行整合,推出整体优惠方案。

近年来,西山农业园区(金庭镇)坚持“一张蓝图绘到底,抓牢”农业、旅游、生态、文化“四位一体发展主基调,精准对位”环太湖生态文旅产业带”布局,不断深化绿色生态、健康养生、农文旅融合品牌建设,精品民宿、骑行驿站、家庭农庄等一系列服务设施逐步完善。金庭镇相关负责人介绍,随着中环西线、渔阳山隧道和太湖大桥复线的相继通车,金庭交通瓶颈得到大幅改善,西山岛的旅游也将迎来新的发展机遇。

现在,除了自驾游外,市民游客还可以乘坐公交车前往。苏州火车站西侧69路可直达林屋赏梅。地铁一号线到终点站木渎站下,转69、583路也可到达林屋赏梅。

(陈鹤鑫 顾亦明)

## “吴中旅游”获评江苏年度最具影响力微博

1月17日下午,由新浪网、微博、新浪江苏主办的2017江苏V影响力峰会颁奖典礼在南京金鹰尚美酒店隆重举行,吴中区旅游局官方微博“吴中旅游”获得2017江苏年度最具影响力区县旅游局微博称号。

吴中区旅游局官方微博开通于2010年11月9日,目前拥有粉丝量288935,年均发布微博900余条,微博发布数量达7619条。日常内容更紧密结合了吴中区旅游热点和景区特色,围绕“人文吴中”、“醉美

吴中”、“舌尖上的吴中”、“爱在吴中”等四个栏目,分别从攻略、人文、美食等方面重点介绍吴中旅游特色。2017年度微博发布线上活动12次,以转发抽奖的形式赠送福利增加粉丝粘性。2017年8月与新浪微博合作推出“带着微博去苏州吴中”专题,通过吴中旅游行业六个代表人物视角录制短视频,深入诠释吴中全域旅游,并进行线上推广。以“带着微博去苏州吴中”为核心,在新浪门户网、移动端全方位宣传,话题阅读

量4695w+,品牌曝光405w+,粉丝量大幅增加的同时也提升了吴中旅游的知名度。

近年来,吴中旅游充分整合区内旅游资源,策划推出相关旅游产品,利用各类媒体资源宣传造势,有效提升了吴中旅游的影响力。

据了解,今后,吴中旅游官方微博与微信还将继续利用整合线上线下宣传资源,联动推广,进一步带动吴中旅游品牌发展。

(陈鹤鑫 陈亦兵)

## 马来西亚免签政策延期

了解过马来西亚的签证政策的人都知道,马来西亚对中国游客实行的免签证政策在2017年年底就已经到期了,不过最近当我们打开马来西亚的官网的时候,你可以清楚的看到这一政策延迟到了2018年12月31日。

原来,马来西亚移民局日前更新了针对

中国公民eNTRI电子签证的规定,原本于2017年年底截止的免签政策延期至2018年12月31日。也就是说,在2018年我们去马来西亚依然可以免签证,而且在今年的春节年假,大家也增加了一个年假旅游目的地。

2018年1月1日至2018年12月31日,中国公民有效停留马来西亚时间不超

过15天的,可继续选择申请eNTRI电子签证,手续费为160元人民币。

具体流程为:持中国护照,通过网上免签登记系统(eNTRI-电子旅游注册信息)填写个人资料,并在登记后缴付手续费,提交申请成功后,获得免签登记信息表打印即可使用。

(金夏)

## 同程小程序让用户出行更简单

在微信团队正式发布微信小程序刚好满一年之际,同程旅游作为小程序的首批内测企业,目前已经基本完成旗下各产品线小程序的线上线下载布,单个小程序用户量超千万,行业排名第一。同程旅游通过一系列的小程序布局,希望为用户打造一套“智慧出行”解决方案,让用户出行更简单。

随着我国交通运力不断提高,服务的持续改善,旅客出行相较之前也更为便捷。但在出行过程中仍存在着诸多不便,如火车站购票排队时间长,官网购票验证码难识别;机票预订流程复杂,贵宾厅准入门槛高、机场餐食收费高等问题。

为此,同程旅游通过对机票、火车票、汽车票、船票等进行整体布局,打造多样化的出行场景,打通现行的订单、会员系统,为旅客打造一套“智慧出行”解决方案。

如在汽车站场景,同程旅游小程序将帮助用户实现扫码购票进站,无需软件下载,告别排队烦恼,使出行更加便捷高效;在火车站场景,同程小程序则可以提供快捷高效的火车票预订功能,以及品质的VIP候车厅服务;在机场场景,同程小程序可以扫码体验贵宾厅,为用户提供机场餐食、扫码订票等到场特色的一体化服务。

“从微信钱包商城到小程序,同程旅游都是业内最早接入的商家之一。我们一直非常重视基于微信平台为用户提供优质、便捷的服务体验”。同程旅游相关负责人表示。

以春运期间中长距离的首选交通工具——火车为例,同程旅游除了不断的简化用户购买火车票流程外,还为用户提供了系列特色服务。如在火车票预订中实现了对12306“自主选座”的支持,可提前在小程序上进行高铁订餐,为用户提供专车接送站服务,在车站提供舒适的VIP候车服务等。

此外,同程旅游的交通全线产品已全部接入微信搜索直达服务,包括了“火车票”、“汽车票”、“机票”、“船票”项目。通过微信“扫一扫”小程序,同程旅游可以为用户提供多种不同交通工具出行的需要。据了解,用户只需打开“扫一扫”,在搜索框内输入出发地/目的地/出发地+目的地机票、汽车票或者船票,即可查询对应的航班、汽车票以及船票信息,直接在搜索结果中点击预订即可,使得用户出行更为便捷高效。

(陈鹤鑫 吴秀娟)