

大服务 超一步

给你一个



真实的 大商新玛特 郑州总店

之服务篇



VIP会员中心

12月11日,多云,有风。刘豫珍优雅地坐在大商新玛特郑州总店二楼的会员中心,透过玻璃幕墙,看着花园路上熙来攘往的车流人流。一杯茶放在面前,袅袅升腾的热气给这个冬日带来更多的从容和暖意。

2009年,刘豫珍每周的日程上多了一项内容,就是至少逛一次大商新玛特郑州总店。随便逛逛,买些东西,看场电影,或是坐在会员中心的沙发上歇歇脚,刘豫珍很享受这种生活。在她的认识中,这家商场提供了一种很好的生活方式,而她在这里也享受到了很好的服务。大商新玛特郑州总店的服务在不经意间感动了刘豫珍,其实受到感动的还有许多消费者,他们已经成了这家商场的忠实顾客,包括刘豫珍身边的许多朋友。

晚报记者 冯刘克

同质商场,差异服务

释义:服务做出特色,占据有利地位

“现在是感动营销年代。一个商场所做的服务,能不能让消费者感动,这是衡量服务是否到位的重要标准。商业竞争发展到了今天,最容易做出差异化的就是服务。如果一家商场能够在服务方面做出特色,无疑就将在竞争中占据了有利地位。”河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长宋向清表示。

该店副总经理李焱表示,这种大服务的理念着眼于理顺服务环节上各种关系,通过为员

工、供应商提供服务,最终落实到为消费者的服务上,从而为消费者提供更有深度的服务。

河南省商业行业协会副会长何宏剑认为这种服务理念是对的,构建了一个服务的倒金字塔结构,领导服务中层,中层服务基层,同时商场服务供应商。“只有满意的员工,才会给消费者提供满意的服务”,“供应商与商场建立起双赢关系,有利于各种活动和服务的配合”,最终让顾客价值实现了最大化。

服务会员:主打“免费”

释义:免费饮料,免费停车,免费陪购

大商新玛特郑州国贸总店还提出了尊崇、尊贵、尊享的服务理念,以量身定制管家式服务为标准,准确提出10分钟限时退换货、先行赔付承诺、预订车位、代客泊车、免费洗车等会员专属待遇以及VIP客户专属商品专属折扣、积分兑礼送货上门等优惠增值服务。在该店的《会员手册》上,白金卡、钻石卡和至尊卡的会员都有相对应的服务项目。据会员中心的服务人员介绍,由于今年的营销活动较多,一些服务项目可能并没有完全落到实处,今后的工作中将会对会员进行重新

梳理,逐步完善服务。

在约400平方米的VIP客户专区,咖啡、饮料、果汁一律免费,顾客可以看报纸、杂志、电视,舒缓的音乐、一流的服务可以让顾客放松心情,并且,VIP客户还可以享受提前预约停车位免费停车的服务,这样的标准足以满足客户的需求。更值得一提的是,每一位VIP客户都会有自己的专属经理,客户的肤色、身高等基本资料都将被专属经理熟记,而客户适合哪种款式、什么品牌的服装,专属经理都为客户进行量身定制。

服务顾客:多方服务,提升质量

释义:一个微笑送舒心,一个手语送诚心,一声问候送爱心,一杯清茶送温馨

据悉,早在今年4月份,新玛特总店就提出了这样服务顾客的标准,为了能达到“四个一”的标准,大商新玛特郑州总店建立了系统的培训、检查、考核和评比体系,同时建立了顾客监督、投诉专线,接受所有顾客的检验,全方位提升该店的服务质量。

服务更多地体现在细节方面,对各种细节的重视最终组成令人满意的服务体系。比如,停车方面,保证充足停车位的同时,还尽量为顾客提供方便的指引服务。大商新玛特郑州总店物业部部长李亚楠表示,“在我们总店大服务的框架下,物业部的服务涉及多个方面,服务对象包括商场里的员工、各个品牌商和顾客,服务的范围包括停车、环境控制、维修、安全保障、指引等。”

张女士是大商新玛特郑州总店的一名导购员,前期曾在大商新玛特金博大店工作过。她认为总店导购员整体的销售意识和服务意识还有待提高,“商场的相关培训做得也不到位,并没有针对导购员的这种欠缺组织专项学习”。

服务供应商:重视程度前所未有

释义:供应商们经常收到来自总店的信息,这些信息有问候,有祝福,也有工作上的交流。

供应商是零售商赖以生存的基础,服务供应商也是任何商场必须做好的。“这家商场的服务做得比较有特色,与其他商场形成了差异。”河南沃森贸易有限公司董事长叶新强表示,“我们经常会收到来自这家商场的短信息,这些短信息都是鼓舞士气、振奋人心的。每隔一段时间,商场还会组织座谈会,对品牌的销售情况进行分析,并给出一些合理化建议。”

“大商新玛特郑州总店对供应商的重视程度,达到前所未有的高度。”李焱说,“我们将锁定高端人群、精英客户,为精英人群提供真正贴心的服务。”

服务员工:把总店造成家

释义:提倡亲情文化,把月饼寄给员工家人,为员工办集体生日,经常组织聚餐、户外运动等。

每个公司中秋节都会为员工发放月饼,但新玛特总店的做法更值得借鉴,他们不是把月饼发到员工手里,而是为每位员工的父母邮寄月饼,这使得其家人感觉,自己的孩子总店非常受到重视,也使员工们感觉格外的满意。

“虽然我们提出‘总店服务,超越一步’,但是今年的服务还称不上真正打动人心的服务,像胖东来这样的企业,是把服务当作自身的品牌来经营的。对于我们商场来说,2009年的营销才是我们的品牌,服务还谈不上品牌。”李焱说。



团购接待处