

让服务更规范,让消费更放心

郑州移动全方位服务消费者

接访日上

总经理亲自端茶递水

“您别激动,先喝口水,慢慢说。”3月15日上午,在郑州移动东大街营业厅,郑州移动总经理贾大春一边认真记录着消费者反映的问题,一边给消费者递上了一瓶水,“您放心,您提出的问题我们会尽力解决,直到您满意为止。”当得知消费者对一项业务的合同文本有意见的时候,贾大春马上叫来相关负责人,要求马上办理,并在以后的工作中加以改正。

这一天,不仅是贾大春,郑州移动下属的各分公司经理也在营业厅与客户进行“零距离”接触,为他们认真解答在通信和业务中遇到的各种疑难问题,并收集客户意见和建议。

贾大春认为,“总经理接访日”可以帮助企业进行“换位思考”,通过直接与最普通的客户沟通,了解来自客户的真实要求和心声,为客户提供了畅通、快捷的咨询渠道,架起客户与公司管理层面面对面接触与沟通的桥梁。“现在我们郑州移动的客户群大了,客户的需求也更加个性化了,多接触客户,才能更加真实地了解客户的需求。”

总经理亲自到服务前台接访客户,耐心倾听客户诉求,为客户解疑释难,其专业和耐心给客户留下了深刻的印象。不时有办理业务的移动用户走过来向贾大春咨询,听他耐心答疑。在整个接访过程当中,贾大春对客户的基本资料 and 所提出的问题都作了详细记录。

“我觉得这种方式挺好的,既解决了我们遇到的问题,也让移动的领导了解我们老百姓的需求,希望这种活动能一直搞下去。”消费者朱先生对郑州移动的“总经理接访日”提出了表扬,他觉得,能用这样的态度对待消费者,是移动能够不断发展的根本原因。

收集问题

总经理细谈改进之道

短短的两个小时内,贾大春受理了多位客户的业务咨询、投诉及意见和建议,他告诉记者,这里面有很多问题都很有针对性,值得在下一步的工作中改进。

针对消费者提出的一些业务的介绍不清晰,合同不够规范的情况,贾大春说,过去的一年里移动推出了很多新的服务,“我们也在摸索中提高,希望大家多提意见,让我们发现问题的所在。”他表示,郑州移动将进一步改进这些新业务的宣传材料和办理流程,同时将更加透明化的信息提供给消费者,“比如我们的家庭电话业务,今天我通过消费者的反馈的问题发现了几处需要加强的地方,回去后我们一定加以改进。”

消费者肖海和张先生反映说,希望移动的G3电话款式更多一些,在乡村的信号能更好一些。对此,贾大春承诺,今年4月中旬,G3电话的款式将得到大幅度的完善,同时,正在进行的TD网络第4期建设将进一步覆盖到重点乡镇,在市内全覆盖的基础之上,让更多的人享受到3G。

针对消费者马女士反映的个人身份证被多次开号的问题,贾大春表示,除了要加强营业厅和社会渠道的管理,防止客户信息泄露之外,下一步郑州移动还将在全市营业厅推出全球通品牌店的经验,把身份证印在工单上,更好的保护客户隐私,“全球通品牌店是省里评出的‘群众满意基层站所’,他们的这一点经验值得推广。”

贾大春表示,“总经理接访日”时间虽短,但却能体现郑州移动在改进服务方面的诚意和决心。“总经理接访日”是郑州移动优化服务流程、提升服务质量的一项制度,也是郑州移动追求客户满意服务,切实维护消费者利益的重要举措,郑州移动将“便捷服务、满意100”与“总经理接访日”活动相结合,以便捷、高效为核心,通过进一步细化、落实、解决“总经理接访日”的各类客户咨询与投诉,牢固树立消费维权的 社会责任意识,以便捷服务赢得客户的信赖,以精品网络缔造完美的沟通,以G3业务打造多彩的生活。

2010年“3·15”的主题是“消费与服务”,今年的通信服务及行风建设主题是“规范服务,放心消费”。为了兑现对消费者的服务承诺,进一步提升服务水平。“3·15”当天,郑州移动开展了“总经理接访日”、“便民服务展”等多种多样的活动,以实际行动服务消费者。

晚报记者 祁京
通讯员 张娇 王滢璐/文
晚报记者 于进洋/图

总经理接访日

便捷服务满意100



关爱民生 现场活动服务大众

在总经理积极接访消费者的同时,郑州移动下属的各分公司也开展了多种多样的现场活动,今年的活动无论从活动场次规模、场次地点和服务项目都比往年有所升级。

郑州移动新郑分公司在黄帝故里的百姓广场围绕“服务与消费”这一主题进行宣传,在现场征集广大消费者的意见和建议,集中展示各项移动业务的同时,为广大消费者提供了免费手机清洗贴膜、现场业务办理、话费详单查询、G3业务体验

等多种贴心服务。

为了快速解决客户网络类投诉,郑州移动下属的分公司专门成立了网络通信保障组,开通网络类投诉处理“绿色通道”,由网络系统工程师携带测试仪器,到客户家中进行现场测试、及时维护,确保客户投诉在第一时间得到快速解决。

郑州移动副总经理杨晓宇表示,郑州移动一直坚持全方位的服务广大客户,通过开展多种形式的服务活动,郑州移动将为广大市民提供优质的网络服务和优惠服务。



便捷服务 2009年同行业投诉最少

贾大春介绍说,中国移动行风建设和服务提升工作在2006年开展“满意100”,2007年“诚信服务、满意100”以及2008年“金牌服务、满意100”的基础上,今年延续2009年的主题,继续开展“便捷服务、满意100”活动。

“资费套餐量身优选、异地缴费随时随地、电子渠道以指代步、积分兑换足不出户、G3业务无障碍办理、垃圾信息自主屏蔽”等六项便捷举措的进一步推进,表明了中国移动的态度和努力方向,即通过为客户提供方便快捷的服务给客户带来实惠。

“2009年,从我们全面实施‘便捷服务,满意100’活动至今,已经建立了‘大服务、大后台’的服务运营体系。”杨晓宇总结说,目前,投诉总量和越级投诉总量均呈下降的趋势,投诉解决率不断提升。电子渠道渐成规模化,服务接触面迅速扩展,网上营业厅客户普及率达7.80%,登录客户达20多万,居全省第一,整体服务水平得到改进,客户感知有效提高。杨晓宇说,在“便捷服务”的指引下,郑州移动在郑州客户群最大,投诉率最低,给通信行业树立了榜样。

服务产品 2010年让服务更便捷

“回顾2009年,郑州移动服务不断便捷化;展望2010年,郑州移动将以更积极的姿态、更便捷的服务、更全面的保障,为客户、为社会创造价值。”贾大春说,在2009年的“便捷服务、满意100”基础之上,今年郑州移动的便捷服务将有更大程度的提升。

保证服务提升的,首先是郑州移动推出的“服务产品”。所谓“服务产品”,也就是让全球通、神州行和动感地带每个品牌的用户都有相应的普遍服务、专享服务和定制服务。这一举措,被视为通信业服务品牌化的重要标志。

有了“服务产品”,消费者就可以分门别类地找到自己需要的服务项目,比如可以为消费者提供话费提醒的服务,可以为消费者保密的清单提供粉碎服务,比如用积分兑换就可参加的联盟商家服务。

“我们的服务产品从去年11月份推出至今,受到了消费者的欢迎,定制类服务产品开通27万户。”郑州移动副总经理杨晓宇说,2010年,郑州移动将进一步推广以“服

务产品”为核心的服务类定制服务,满足消费者的个性化需求。

贾大春表示,除了服务产品,郑州移动将进一步整合电子渠道,让电子渠道可办理的业务种类更加齐全,消费者使用的感受更加便捷,“大家可以看到,以后的移动e100电子渠道,不仅仅是交话费、查话单这些功能,还将有更多更实用的功能。”

在推动电子渠道整合,进一步深化“便捷服务”的基础之上,郑州移动还在逐步推广“社区经理”和“社区店”,让移动的服务走进社区,开展小区营销和上门服务,“我们的目标是一个家庭一个客户经理,让客户不出家门就便捷的办理业务。”贾大春说,这是郑州移动在“便捷服务”上的又一项创新。

贾大春表示,郑州移动将秉承“正德厚生,臻于至善”的核心价值观,勇担社会责任,努力贴近用户需求,不断创新服务举措,以面向全业务、实施全过程服务监督为目标,建立以客户为中心的标准化服务体系,为广大用户提供“规范服务,放心消费”的消费环境。