

# Top news 头条

## 温州公职人员驾车撞协警 称“你个小小协警算什么”

所在单位:开车者患癌症,情绪比较异常

A18



## 换下老公就是不一样 李娜法网后再夺冠 打破长达15个月的冠军荒

A23

## 住宅变店铺需经邻居同意

郑州规定:没有房产证的住房,不能继续当店铺

A12



记者 周雨 图

## 高压线塔上坚持4小时 她掉了下来卡在电线上

南三环与碧云路口发生惊人一幕

A11



## 《壮志凌云》 导演托尼·斯科特 跳桥自杀

终年68岁,警方已在办公室找到了遗书

A31

# 大商集团郑州地区集团营造顾客、供应商、员工三满意家园建设系列报道之三 用专注、专属、专业为VIP打造尊宠服务

大商集团郑州地区集团在8月10日启动“大服务工程”以来,随着“大服务”新理念的推广,随着对顾客贴心、用心、真心的服务的深入人心,大商集团郑州地区集团营造顾客、供应商、员工三满意家园建设取得了显著成果。其中,打造专注、专属、专业的VIP服务理念,成就了“没有最好,只有更好”的高品质高端服务,也使得VIP服务成为大商“大服务工程”体系中浓墨重彩的一笔。

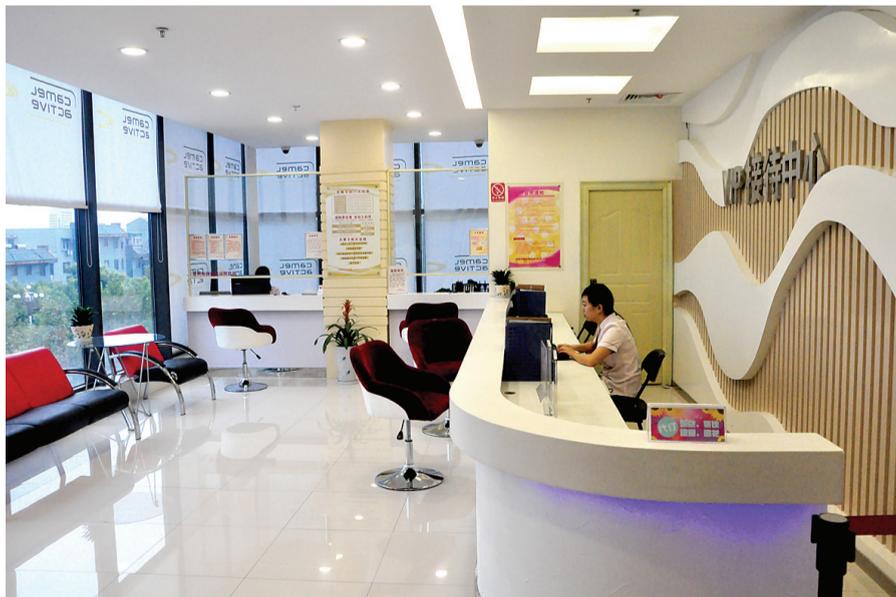
记者 王一品 许琳琦

### 专注客户所需,让VIP个性需求在大商尽情释放

对于商场来说,一张VIP卡背后,就是一个会员消费历史的见证,同时也是商场对会员提供专业化优质服务的见证。

“发放VIP卡是商家发展和维护高端客户的最主要手段,也是培养客户忠诚度最直接、最简捷的方式。”在大商郑州地区集团相关负责人表示,如今,随着发卡力度和范围的加大,商家原本期待的顾客忠诚度和消费潜力并没有得到最有效放大,甚至让原本象征身份与尊贵的VIP卡也丧失了其原有的地位,同时也失去了VIP客户对商场的忠诚度。

一个城市或地区高端VIP客户资源是有限的,VIP的稀缺属性决定了它一定不是大众群体,专属服务似乎才能突出VIP的“与众不同”。VIP客户享受的一定是特殊化服务,这样才能凸显其“尊贵”的价值,而目前的大众营销策略,所提供的购物打折、消费积分等活动,也



难以撼动高端VIP客户。

“VIP客户在商场的销售贡献中,遵循的是‘二八原则’,所以他们理应享受到更专注的服务。”这位负责人表示,针对此,大商集团郑州地区集团对VIP客户并非采取简单粗犷的维护方式,而是提出自身特有的新理念,针对高端会员客户,针对高端客户群体的不同需求,提供专属服务。真正做到“关爱客户所需,关注客户所想”。满足VIP客户个性需求,享受专属购物体验。

### 专属服务渠道,让VIP尊贵体验在大商无限升级

对高端VIP客户来说,商场为他们带来的不仅是购物时的愉悦,更是身份感和品牌感,购物已不仅仅是单纯意义上的购买,而是精神

上更丰富的购物享受。

据了解,大商集团郑州地区集团对会员服务不再是简单的打折与积分,而是在服务设施上为VIP客户提供真正的“专属性”。比如说VIP客户到来之前,为其提供预约停车服务,同时为至尊卡的车主提供免费泊车等,使VIP客户体会到不仅仅是购物时的归属感,而强调“自始至终”的服务。

同时,在商场消费时,大商更是为VIP客户所想,如在所有的店铺活动期间,为至尊卡顾客设立专属结算通道,同时,再增加一个流动款台服务,为VIP客户提供快速专属结算。

“目前日益竞争激烈的市场,对VIP的争夺也从未停止过,这部分客群更加注重价格以外的主观感受,从某种程度而言,拥有一个好的

VIP服务理念与体系,自然会提升商场的核心竞争力。”大商郑州地区集团相关负责人表示,所以在为高端客户提供尊贵的消费体验之时,也达到了商家销售的目标,着实实现一场“共赢”的盛宴。

### 专业服务模式,让VIP“一对一”高品质享受在大商完美实现

真正的VIP客户莫过于“一对一”服务模式,但真正做到,却需要商家下很大工夫。

客户经理是大商集团与顾客之间沟通交流的桥梁,对此,大商集团郑州地区集团专门设定了“一对一”的客户经理制,在顾客成为至尊卡第一时间,会员中心即为顾客指定一名专职经理,客户经理在得到分配的顾客名单后,进行对VIP顾客提供专人专属的服务项目服务,其中包括如送货、结算专属通道、免费期刊邮寄、快速退换货、陪同购物、代客送礼等环节,都会让VIP享受到高品质的服务。同时,客户经理也会针对顾客消费习惯喜好等为客户提供针对性服务。客户经理也会严格保守客户资料,做到真正的贴心、真心服务。

另外,“一对一”服务模式更体现在VIP客户专属的“会员日”,即客户生日。生日当天大商将为客户提供双倍积分,同时至尊卡顾客每年都会在家中接到大商集团提供的100元价值礼品的生日礼物,在自己的专属时刻,使“一对一”的高品质服务在大商得到完美实现。

“盲目扩张会员制,而忽略了顾客关系管理的心态,是‘规模至上’的赢利模式思想在作怪。”大商郑州地区集团客服部负责人认为,单纯追求VIP卡数量不是根本之道,将服务营销的着力点放在VIP顾客的“质”上,对VIP客户提供专业的“一对一”客户经理制,才是维系客户关系的根本所在,也是提高VIP卡的客户忠诚度的重要途径。大商,也将以此理念为主旨,用专注、专属、专业为VIP打造更全面、更高端、更优越的尊宠服务。