

通信 | 专版

2013年无疑是郑州移动值得纪念的一年,从年初开始,县(市)区的营业厅开始集中化运营,半年多下来,郑州移动营业厅“统一的品牌形象、统一的服务标准、统一的产品管理、统一的考核评估、统一的供应链管理、统一的信息管理”取得了很大成效。这一切,来源于郑州移动集中化运营发挥的强大服务推动力,也来源于集中化运营后一点一滴的微小改变,有很多全新的服务模式,从集中化运营之中生成。“四季主题宣传”“菜单式营销”“岗位补位”“投诉全处理”“四法互补”“驻厅指导”“专区专柜”“圈子营销”“营业时间商圈化”……集中化运营半年多以来,改变越来越多,消费者能感受到的变化也越来越多,一个用微改变托起大梦想的新移动服务打动了郑州人。郑州晚报记者 于进洋 源铎/文 郑州晚报记者 白韬/图

微改变托起G3梦,集中化带来新风潮 看移动营业厅多彩之变



橙色之变 变得更加有活力的营业厅

“以前去营业厅,有什么活动非得进到屋里面才知道,现在离得老远,就看见了‘phone狂盛夏’的主题,就跟商场做活动时候感觉一样,特别醒目。”郑州移动农业路营业厅紧邻着两个大型购物中心,但在市民张潇潇看来,一点没有被邻居压住风头的感觉,反而因为活动主题更加有活力,能吸引更多的眼球。

“春phone得意”、“phone狂盛夏”……按照四季的主题进行划分,就像商场那样把当季最新的主题做到营业厅外面,这在以前的移动营业厅简直不敢想象。“以前我们更重视给大家一个温馨服务的感觉,集中化运营后,我们学习了商场那种主题营销模式,并且把主题做到了营业厅外面,把营业厅橱窗化、时尚化了。”营业厅运营中心的负责人说,根据春夏秋冬四季,定期更换不同的宣传主题,营业厅呈现出四季交替的色彩变化,让客户从宣传、体验、购买的整个过程,感受到崭新的视觉体验。

把营业厅变得更加有活力,是郑州移动集中化运营后最显著的地方,也是市民感受最深之处。张潇潇说,现在移动的营业厅从视觉上几乎和商场一样,主题鲜明不说,而且设置还很合理,“你看啊,我从一进门,就能看到和商场一样的地贴,标着买手机在什么地方,办卡在什么地方,当季有什么活动,这样多清晰”。这种完全不同于以往的风格,很是受年轻人的喜欢,有了时髦商业色彩的营业厅,消费者越来越爱逛了。

营业厅的活力,不仅仅体现在外包装上,也体现在了和商圈一致的运营之上。“就像农业路营业厅吧,在农业路商圈里,周围的商场都是晚上9点甚至10点还在营业,以前很多逛商场的人想到我们营业厅办业务都赶上关门。”郑州移动相关负责人介绍说,集中化运营后,他们把营业厅的周边情况做了梳理,和周边的商圈、社区、学校的作息时间一致起来,“现在农业路营业厅是晚些开门,晚点关门,和商圈的时间一样,有的校园营业厅是把重点时间集中在中午和晚上吃饭时间,更加符合学生需求。”经过集中化的梳理和安排,一个更符合周围人群需求,更加有服务活力的郑州移动营业厅整体形象就凸显了出来。

蓝色之变 变得更加便捷的营业厅

在郑汴路营业厅内,市民吴宝兴在移动工作人员的引导下,用云营业厅终端拨打了10086,让他惊讶的是,10086客服坐席代表的影像马上就出现在荧屏上,通过“面对面”地交流,吴先生很快完成开卡业务的办理。他感慨地说:“真没想到还能这样办理业务,既新鲜又方便。”

郑汴路营业厅的工作人员介绍说,云营业厅的最大威力不仅仅在于可以通过这样一个视屏终端24小时自助办理开户、补卡业务,所以无论您身处何方,都可以体验到移动最细致、最周到的服务。

“以前我们提供便捷服务的模式是自助终端、网上营业厅和掌上营业厅的

推广,这些便捷渠道是集中管理和运营的,现在把线下的营业厅也集中管理和运营起来,和线上服务对接,协同就更顺畅了。”郑州移动营业厅运营中心负责人介绍说,通过集中化运营,他们实现了线上线下的协同服务模式,减少排队等候,极大缩短了客户在营业厅办理业务的时间,让客户业务办理更便捷。

红色之变 变成超市一样的新营业厅

新一代营业厅最大亮点就是业务体验区增加演示终端真机配置,以客户体验为主,这要求对营业厅销售的管理更加集约化和专业化。为了做到这一点,移动营业厅运营中心可没少下功夫。

销售手机,首先讲究的是体验真实化,在集中部署之下,现在郑州移动营业厅的手机销售区均以开放式货架展示3G真机,客户在购买手机过程中,能听到、摸到、用到手机功能,并能免费备份个人信息、下载应用软件是等。

销售手机,更讲究的按需购买,为了让客户一进营业厅就能找到自己所需

需要的,移动的手机销售柜台完全按照入门级智能机、千元智能机、中高端精品智能机和高端旗舰智能机的分类进行布置,一目了然。

“有了统一的摆放标准,就有了可以按需选择的空间,大大缩短选购手机的时间。”郑州移动营业厅运营中心负责人说,“接下来,我们考虑更多的是如何在最短的时间给客户更多的选购信息。”

于是每个营业厅内都有了“终端菜单”,翻开这本薄薄的“菜单”,手机价格、店内排行榜、活动政策、组合套餐、

可以下载的软件一目了然,在上百种手机里选择一种最适合自己的,对于客户来说再也不是一个难题了。

“2012年,我们完成了营业厅超市化改造,从‘柜台化’变成了‘超市化’,2013年的集中化运营后,我们更加精细化,把‘标准餐’变成了‘自助餐’,让客户把真机体验和真实业务体验结合,因而才能实现月销万台手机。”郑州移动相关负责人说,集中化的运营,让营业厅从基本超市化进化到了个性超市化,让消费者的购买变得更加随心所欲了,当然会收到很好的效果。

绿色之变 变得更加清新的营业厅

“咦?移动营业厅的服务员好像很多啊,走到哪里都有人随时服务。”市民左立亮刚刚在营业厅里买了一部手机,感觉现在的营业厅真心不太一样,最大的感觉就是,好像服务人员不是很多,空间很充足,但随时又会有人服务。

左先生不知道,这是移动营业厅里的“移形换位大法”,也就是集中化运营后开发出来的“岗位补位”服务法,全体服务人员在营业厅里轮流互相补位,可以做到每个进厅的消费者都有人照顾,每个岗位都不空着。

“柜台是开放的,服务是流动的,我们通过客户动线管理,同时用新的班表

规定了每天每个人的岗位工作情况,以及互相补位的方法。”郑州移动营业厅运营中心的负责人介绍说,这样就可以随时为客户提供业务办理帮助和终端购买推荐,让客户体验更顺畅、更舒心。通过优化业务流程,保证3分钟以内完成普通的业务办理,缩短客户服务时间,使客户业务办理更轻松。

“营业厅的出现,本来就是服务集中化的表现,现在集中化运营,让服务的标准化和集中化效果更好。”这位负责人介绍说,在集中化运营之下,移动营业厅还有很大的变化,越变越清新。

在农业路营业厅等大型厅内,买

手机办卡不用再去柜台了,有专柜专区为买手机的客户提供开卡等服务,真正实现了购机一条龙的快捷化。

在河南工业大学,很多同学都把移动营业厅加成了微信好友,有最新的活动和优惠,通过微信、微博、139邮箱、飞信这样的“圈子好友”方式,都可以直接发到客户手中……

这样的变化还有很多,在集中化的运营之下,一个厅店超市化、体验真实化、服务高效化、客户便捷化、宣传生动化、管理现代化的全新统一化移动营业厅形象,这成为郑州通信服务领域的新风尚。