

中国自主品牌售后哪家强?

■ 易军

随着汽车后市场在国内的迅速崛起,自主品牌对于品牌售后方面开始不断强化。即使是售价区间相当的三款车,拥有优质的售后服务,也会对车主购车的决策产生较大影响。很多准备购买自主SUV的消费者,在对车型良好质量与靓丽外形表示认可的同时,往往有这样的顾虑:车辆售后服务是否到位?配件是否齐全?维修时间是否过长?其实这些都源于对厂家提供的售后服务知之甚少。

就近期售后服务口号呼声较高的领克01来看,也有很多值得评价的地方,而在同级别的其他车型,如老牌车企长城旗下的WEY v7、造车新势力品牌大乘汽车G70S等,在汽车后服务方面其实都可圈可点。下面,我们就从自主品牌售后方面,比较三款自主品牌车型的优劣,从品牌服务政策和硬件服务水平两方面,或许也可以找到如今自主品牌车型面向市场销售的关键因素所在。

PART ONE 品牌服务政策大PK

领克01 终身三免看似无限惊喜

领克01一经面世,就吸引了很多车主的目光,在惊艳于领克足够年轻化的出场方式之余,他们 also 对其沃尔沃联合的平台、优秀的内外设计等给出毫不吝啬的赞,然而对于真正购车的车主来说,实际上却也有很多的“苦不堪言”。

从领克对外的宣传和官网来看,都以“三大免费政策”、首任车主终身质保等作为优质售后亮点进行了大量的宣传,然而,需要注意的是,这些免费政策实际上都有使用条款和使用限制,购车前后还需再三询问各地的领克中心进行询问。

从某购车网站的问答平台页面得知,很多车主都对“领克01终身三免具体有哪些?领克终身免费质保什么项目?”这些问题有比较大的疑问。

在网友致电官方客服后,确定了以下几点内容:

- 1、免费质保是指大部件(发动机、变速箱等),而在一些诸如轮胎、雨刷等易损件不是终身质保;
- 2、终身免费WIFI确实是终身免费,不过在使用中如果超出了一定数据流量数量,则数据传输速度则会从4G网速变成3G网速;
- 3、三大免费政策是跟随第一任车主的,二手车不享受“三大免费政策”,同时享受“三大免费政策”的前提是:一定要按时定点的在领克4S店进行保养维护,否则就会面临“脱保”。

领克在售后服务中经常提到,“想你所想,不止于车”,对于消费者而言,在购买一辆车的同时,实际上也购买了品牌的相关服务,因此,对于车型宣传中提及和未提及的相关



政策,还需要有更多的认识。

WEY VV7 品牌附加值是关键

不同于领克过多的强调终身三免,WEY在官网页面中清晰地展现了服务流程、服务标准与保修政策。

当哈弗系列成为短时间内一跃成为最火的SUV,WEY VV7也紧跟其后,在发展初期阶段就获得了月销万台的良好成绩。然而,随着更多的车企入市,汽车制造也从原来的1.0时代走向2.0,SUV市场进入滑铁卢也是如今不争的事实。长城WEY销量在跟随市场下跌的同时,也爆出了让消费者颇为震惊的油耗问题。

但是,值得肯定的是,有着背靠老车企长城的硬实力,WEY VV7仍然有着让消费者足以信赖的品牌基因。

大乘汽车聚焦品质打服务牌

不同于吉利领克、长城WEY的一出生就自带光芒,大乘汽车更像是一个在中国车市打拼的创一代热血青年,靠对品质的追求,获得行业的认同。凭着两座对标国际工业4.0标准的造车基地和领先的品质理念,其品牌潜力获得业界认可,目前已与交通大学、中原银行等顶尖机构达成战略合作。让人印象深刻的是,这个汽车新品牌在2018年9月新品牌发布会现场,就公布了让业界颇为赞许的三年无忧政策与汽车金融政策。

在购车时考虑周全外,日常用车成本上大乘汽车相比其他车企而言也更实惠。

3年/6万公里易损件的保养保修,属于大

乘汽车三年包用的最大特色,远超行业标准三年五万公里。针对易损件部分,根据国家“三包法”,其中规定了14种易损件,比较熟知的就包含了蓄电池、轮胎、刹车片等,目前行业平均标准是三年五万公里,而大乘汽车达到了三年六万公里。此外,4年/15万公里超长质保也是远超行业标准的三年十万公里。

大乘汽车用高标准的服务和完善的售后政策,在汽车后市场真正做到了“良心”和“诚心”。

PART TWO 硬件服务水平大PK

领克01年底百家门店投入运营

据领克近期官方消息,其渠道布局持续在东部、中部、西部、北部、南部地区持续扩大,在秉承渠道覆盖持续完善的同时,也在不断提升扩张速度:

截至目前,领克累计收到了超过2000家国内建店申请,批准超过280家,已经有160家经销商正式运营,到2018年年底,领克将会拥有超过260家的线下实体店。

从官方数据看来,经销商确实对领克表现出了积极的加盟态度。

从领克的售后服务硬件与渠道看来,再一次体现了集团优势,而背靠吉利和沃尔沃也确实为其提升了品牌基调、产品技术与服务创新,但从领克车主来看,其售后服务的优秀仍不能解决产品品控的根本问题。

“三位一体”渠道模式、6S服务体系、social创新……在完善这些包装得无比精良、精

再下四城,沃尔沃卡车加速售后服务网络布局

■ 程诚

近日,沃尔沃卡车在江西迎来了首个服务网点——甬沃丰城服务站的开业典礼。凭借优越的地理位置,该服务站的未来服务范围将覆盖江西全境。与此同时,沃卡顺义分站、甬沃绍兴分站以及云沃湛江服务点也已相继落成,这意味着沃尔沃卡车服务网络已增至59个服务网点,客户车辆出勤率得到更有效的保障。

江西甬沃丰城服务站室内建筑面积达720平米,户外区域近1300平米,配备前台、配件库、维修部和销售部,目前由4名服务工程师提供技术支持,并配有移动服务车一台。江西丰城服务站的建成,能够及时有效的保障华东至华南线、华东至华西线客户车辆江西境内的售后服务,同时也标志着沃尔沃卡车加速布局全国售后服务网络。

缩短服务半径,提升可行性和时效性

沃尔沃卡车多年深耕服务网点建设,根据车辆保有量的结构特点和业务形态,在关键节点城市和重点线路上缩短服务半径,帮助客户提升服务的可得性和时效性,同时按照服务深度进行网点规划,优化布局,保障客户车辆的高出勤率。从贯通西北部陕甘宁三省的西安索沃,延至乌鲁木齐、库尔勒的新疆星瑞通,再到东部密集分布的甬沃、苏沃、合肥海之沃等,无一不体现出沃尔沃卡车在提升服务网络品质上的行动和决心。

沃尔沃卡车自2003年开始布局经销商服务网络以来,在全国范围内实现了以主服务站为中心,同步铺设辐射周边城市的售后服务分站及服务点的分级式网络,实现了以点带线、以线带面的高效覆盖。为了有效保障全国范围内的客户需求,2018年沃尔沃卡车更是加快售后网络服务覆盖半径增长的步

伐。2018年6月29日,位于东莞的广东云沃正式投入运营,作为沃尔沃卡车在华南地区最大的旗舰店,广东云沃下辖以东莞为中心的虎门、深圳分站,以及以广州为中心的石井、花都和湛江服务点,其服务覆盖整个珠江三角洲和大湾区的物流客户和服务。

深化服务品质,提升客户满意度

沃尔沃卡车对售后服务品质的严守,不仅体现在不断拓展的网络建设中,同时还将在不遗余力的提升售后服务客户满意度。早在2015年伊始,沃尔沃卡车联合14家授权经销商,率先提出在全国范围内实现售后网络服务新标准——“沃”承诺,在确保车辆在最短时间得到故障诊断和维修的同时,提出了维修期间的车辆清洁和保护措施,并为客户免费提供多项预防性检查。随着这一服务标准的提出和落地,沃尔沃卡车也开始将其纳入

上汽大众品牌连续十三年获“金扳手奖”

■ 梁蓓

近日,“2018中国汽车服务金扳手奖评选”榜单正式揭晓,上汽大众品牌凭借在售后服务领域的杰出表现,荣膺年度中国汽车服务金扳手奖“客户忠诚度奖”。自2006年起该项评选活动以来,这已是大众品牌连续第13次获得“金扳手奖”的殊荣。

“中国汽车服务金扳手奖评选”是目前国内首个且唯一由本土机构及媒体发起并主办的、关注并评价国内乘用车服务品牌及增值服务业务的专业评选,评价包括服务体系、服务品质、专业技术、创新能力、用户满意度及口碑等在内的多个维度。大众品牌Techearc售后品牌凭借对客户需求的洞察和专业细致的服务,赢得了广大客户的高度认可和忠诚信赖。

深耕售后服务领域 持续优化服务体验

多年来,大众品牌始终秉承专业和关爱的服务理念,坚持以客户需求为导向,持续深耕售后服务领域,升级服务水平。

2018年,面对日趋激烈的汽车后市场竞争格局,大众品牌基于对大数据分析,在优化升级现有服务产品的同时,不断推陈出新,并将“德系品质”融入售后服务的点滴细节之中。其中,延续多年的心享季服务活动通过线上线下相结合的方式,定期推出优惠活动,让客户切实感受到专业细致的关爱;覆盖全系车型的专业保养套餐,不仅满足了客户的差异化需求,更带来超值的服务体验。2018年,专业保养套餐突破70万单销售佳绩,广受用

户好评。

值得一提的是,在移动端的广泛应用趋势下,大众品牌全新构建起全面覆盖客户保养流程的数字化服务布局,将移动终端运用于预约、接待、保养等各个环节,为客户带来更加专业、透明、高效、个性化的服务体验。

产品与服务齐发力 不断提升用户满意度

2018年是上汽大众品牌的“产品大年”,相继推出的全新一代朗逸、全新一代帕萨特、Tharu途岳等多款重磅新车受到消费者高度关注与青睐。在新能源领域,大众品牌的帕萨特插电式混合动力版和途观L插电式混合动力版“双拳出击”,展现出进军新能源市场的坚定步伐。在各个细分市场领域的共同发力

准定位消费市场的汽车售后服务的同时,领克是否更应该思考的是如何回归产品,进一步提升产品品质?

WEY v7:老牌车企 底蕴犹存

2018年11月,全国15家WEY品牌4S店同期开业;

2018年9月,WEY品牌全国40城市40家全新4S店同期开业;

2018年6月,中国豪华SUV开创者WEY品牌全国旗舰店开业。

……

在车市低迷的时候,WEY的4S店仍然在稳健扩张,

其售后理念也一直秉承自主豪华,在终端形象、售后服务环节等方面多方发力,开启了WEY诚信、WEY尊享、WEY管家、WEY关爱等,并根据经销商门店因地制宜,优化终端建设规划。

从销售服务生态结构方面,可以看出,WEY作为国内自主品牌中的“创二代”,确实拥有其他品牌不具备的全局优势,其推崇的中式豪华也一直为消费者认可。

根据媒体2018年9月的报道,大乘汽车在品牌上市同月,便发布了百城百家4S店同日开业的消息,同时发布的还有旗下新车型大乘汽车G70S同步上市的消息。

在拥有深厚品牌积淀的领克和WEY面前,大乘汽车也丝毫没有表现出“从心”的态度,一开场就震慑一方。

根据官方发布消息,目前,大乘汽车的渠道网络已经基本铺设完毕,并且覆盖了江苏、浙江、广东、云南、贵州、河北、甘肃、山东、上海等省市,预计2019年年底将建成200+门店,未来还将实现2000+服务站点布局。回顾大乘汽车9月品牌发布会的内容,不难发现,拥有江铃集团的造车基因,这个新生的汽车品牌其实在制造、销售、服务的全服务环节,都体现了比其他新势力品牌更为老道和敏锐的品牌格局观。在三年无售后政策外,针对售后标准化流程还提出:

0投诉 0差评全好评

对于消费者来说,购车就是购买了一种生活和用车体验,良好的产品品质+完善的售后服务,则是深化了全方位的用户满意度建设,对于大乘汽车,在我看来,还拥有更多可能性,未来在汽车后市场继续发力。

国内自主品牌车型发展速度,相信很多车主都是有目共睹,随着中国造车业的迅速崛起,产品品质方面也足以与合资抗衡。然而就汽车后市场而言,再好的售后都植根于良好的产品品质,而售后服务则是与其他品牌拉开差距的重要原因,对于已经在汽车市场开启布局的领克、WEY、大乘汽车这类的自主品牌,接下来就是要对准差异化,走出让消费者真正认可的特色服务之道。

品牌服务

打造最佳服务银行品牌 交行连续五年 中银协“千佳网点”评比第一

■ 彭江

日前,由中国银行业协会主办的2018年“银行业文明规范服务千佳单位”营业网点名单揭晓,交通银行获评135家,位列行业第一。据业内人士介绍,中银协一年一度的服务“大考”,被认为是各家银行服务质量的试金石,2013年以来交行已五次领跑该项评比。交行业务总监徐瀚对记者表示,银行服务是一项复杂的系统工程,涉及内部管理的方方面面,不仅是一种态度,更是一种能力。

网点服务,将便利交给客户

据了解,中银协“百佳”、“千佳”示范网点的评选标准近乎苛刻,涵盖环境维护、便民服务、自助服务、智能服务、业务受理、信息披露、消费者权益保护,以及大堂服务、柜员服务、客户经理服务等多个方面的200条细则,并通过明查暗访、录像检查等各种方式,确保获评网点不折不扣地贯彻执行全套标准。2009年以来,在创建“百佳”、“千佳”示范单位过程中,交行打造了一批人性化、精细化、智能化服务的精品网点,并以这些网点为示范,带动整体线下服务质效不断升级。

在交行网点记者看到,虽然是业务办理的高峰时段,长期以来以社会舆论广为诟病的银行排队问题似乎并不存在。据悉,通过在手机银行设置“预约服务”功能,交行支持客户提前预约业务办理,大大压缩了客户的网点等候时间。营业大厅一隅,大堂经理耐心地指导客户,通过功能强大的自助机具“智易通”,快速办理各类常用金融业务。此外,为有效延伸物理网点的服务半径,交行还自主开发了智能化移动服务工具手持终端,支持银行服务人员走出传统物理网点,为客户上门办理开卡签约等200多种柜面业务,目前已投入使用的有1万多台,极大方便了行动不便的困难人群,助力交行打造充满温度的移动金融服务生态。

线上服务,将高效交给客户

近年来,移动互联网技术使实时在线、互通互融的金融服务成为大势所趋,客户对银行服务的便利性需求不断升级,传统的银行服务模式面临极大挑战。徐瀚总监说,“交行始终坚持客户视角,围绕解决客户痛点问题优化服务流程,并持续跟踪后续客户意见反馈,着力创造极致的客户体验。”从“外币境外汇款及查询”到“资信证明开立”,交行线上产品推陈出新的速度不断加快,不少服务甚至超出了客户的想象。

通过手机银行中“我的管家”功能,交行把客户经理搬上了互联网,在大数据平台的帮助下,在线提供产品咨询、留学咨询、风险测评、财富规划等100多种业务,让更多人足不出户享受到以往高端客户才能体验的一对一专业服务。从各地区金融消费者的日常现金管理与理财需求入手,交行创新推出“沃德理财顾问”智能理财咨询服务,利用大数据、人工智能等技术,创建量化财商评估体系和智能化产品推荐体系。面对客户,“沃德理财顾问”以一亿多客户历史数据为基础,运用后台系统的智能分析能力,为客户提供资产流动性、保障性、安全性和盈利性的智能诊断,自动分析和制定投资规划,并形成系列财富提升方案,为客户提供一键化、全景式的专业财富管理。国内业界手机银行线上直播服务也是交行首创,直播邀请行内外专家和优秀客户经理“上线”,客户使用手机就可观看,并与客户经理实时互动,直接购买产品。2017年10月上线以来,已完成直播节目240期,累计观看人次近500万,点赞评论打赏数近百万。

服务机制,将保障交给客户

作为一家客户数量上亿的大型银行,面对琐碎、急迫的海量服务需求,交通银行通过内部管理的无缝对接,建立了一套科学、高效的客户沟通长效机制。

当客户拨通“95559”交行客服热线,伴随着“欢迎致电交通银行!”的一声问候,这套机制就开始运转。在交行,“首次呼叫解决率”是评价呼叫中心服务质量的关键指标。“我们力求让客户挂断第一通电话的那一刻,所有问题已被圆满解决”,徐瀚总监对记者说,“客户投诉流转到业务部门的,必须在首个工作日进行解答和处理,当日不能解答和处理的,与客户约期,约期一般不超过5个工作日,并在约定期限内答复。”据介绍,交行还创新引入了电话外呼“云质检”技术,将“人工质检”时代1%的海量录音检查覆盖率提升至100%,客户服务的监控死角、盲区不复存在。

据记者了解,交通银行各级机构均设有消费者权益保护和服务提升专门领导小组,围绕客户的意见和建议,定期研究解决流程、制度规定中妨碍客户服务提升的难点问题,并将服务提升和消费者权益保护情况纳入各机构绩效评价体系。在中国银保监会消费者权益保护工作考核评价中,交行已连续两年获评“一级行”。