



满意只是第一步

记者 郝新颖

满足 & 满意

曾经有人将满意度与生活幸福指数联系在一起,也有人将满意与财富的累积增长相联系。如今,我们在分享经济发展硕果的同时,发现,飞速发展的物质生活给我们带来的是无尽的品质需求,如产品质量、服务品质,若质量或品质低于我们的预期,我们的第一反应就是“不满意”。有鉴于此,在我们的生活中出现越来越多的“满意度调查”,俨然“满意”与否,跟我们的生活息息相关。

与二十年前解决温饱是生活的中心议题不同了,现在的我们开始有安全、社交、尊重、自我实现等更高层次的需求,还有对民主和权利分享的更高诉求。于是,我们对生活的要求不再仅限于“是否满足”,而上升为“是否满意”。

市民小张很喜欢自己的新款智能手机,“3G手机很好,随时随地能上网,但就是费用太高,垃圾短信太多,如果运营商能够降低上网费用并制止这些垃圾短信就好了。”小张表现出对服务品质和商品应用的更高需求,同时这也给他提供服务的商家出了一道考题,那就是他们的服务是否能得到小张的认可,让小张满意。

“通信行业也是服务性行业,我们的本职工作就是在不断挖掘客户需求,不断满足。”中国移动通信十堰分公司工作人员

告诉记者,针对电脑和智能手机普及应用,他们逐渐开通了自助终端、网上营业厅、短信营业厅、掌上营业厅、电话营业厅等业务,让消费者足不出户查询和办理更多业务,更安全、便捷,同时还开通了多种电子缴费渠道,这些都是根据客户需求的改变而进行的业务拓展,得到了消费者的广泛好评。

物质文明的发展催生企业职能的转变,越来越多的企业开始由单一型服务转向综合性服务,由产品制造商转向服务提供商。比如,为了缓解停车压力,本市不少商业、大型超市开始推行“立体停车场”、“凭消费小票可免费停车”等措施,真快乐乐园、维也纳商业广场、武商集团十堰人民商场等在停车管理服务上做到了先行,不仅为消费者提供了增值服务,也带动了营销业绩的提升。

要先让消费者满足,进而满意的对房地产业者来说尤为重要。大洋五洲项目策划经理宋俊雄说:“对于购房者来讲房屋价格、户型、景观、商业、停车位等等这些都是他们综合考量房地产商服务好坏的标准,如何令购房者满意就成了开发商考虑的首要问题。比如,增加商业配套、景观园林、休闲会所、健身中心等,符合购房者需求的产品才能赢得市场。”

这些实践证明,只有理解和掌握消费者的需求和期望,才能有的放矢地不断改进和完善自己的产品或服务,才能真正实现顾客满意并最终为自己的生存和发展赢得更大的空间,评选消费者满意单位的意义也正在于此,他们的力量不仅能让企业长青,更能带动行业发展,为消费者创造一个更好的消费环境。

满意的影响力

“现代营销学之父”菲利普·科特勒(Philip Kotler)认为,顾客满意“是指一个人通过对一个产品的可感知效果与他的期望值相比较后,所形成的愉悦或失望的感觉状态”。亨利·阿塞尔在《消费者行为和营销策略》书中也指出,当商品的实际消费效果达到消费者的预期时,就导致了满意,否则,会导致顾客不满意。

消费者的满意归根到底是对民意真实的表达。无论是满意企业,抑或是满意商品、服务,都是企业关于自身及其衍生品最大程度的投入后的硕果。“满意双十佳单位”的标杆意义也旨在带动行业、市场的长足进步。

中国电信十堰分公司副总经理楚云峰在采访中说:“对电信运营商来说,产品本身就是服务,服务就是产品,服务工作的好坏就是产品质量、产品品质的好坏。服务是企业生存的根本。‘消费者满意’对我们来说,既是广大消费者对我们的褒奖,也是鼓励。”

“服务无小事,服务无止境。服务行业需要敏锐地发掘客户需求并尽可能地提前满足。”人商总经理贾国启说。“‘满意单位’是对十堰人民商场的一种鼓励,更是一种鞭策,告诉我们做得还不够好不够多,要在未来的发展道路上有更高的目标和追求。”

“‘满意’二字是十堰市民对阳光地产13年来的最大认可,”阳光地产策划人张俊在谈到对“满意”二字时说,作为一个房地产开发公司,阳光地产为十堰获得了很多国家及省、市级奖项,比如房地产综合开发行业的最高荣誉的“鲁班奖”、“广厦奖”,这一系列行业内的奖项,让阳光地产在“建筑品质、景观设计、产品创新、物业服务”等领域获得了专业性认可。但是消费者满意单位则是从消费者的角度给予了我们一个更高的评价,我觉得行业内认可、消费者满意才是一个企业价值的最高体现。

张俊说,“‘满意单位’对我们而言是过

去,是13年来十堰市民对我们成绩的一个总结,同时这也是一个新的起点,我们将在后期的开发中做到两点,一是在行业内为我们十堰人、十堰地产界创造更多、更优质的产品。二是以满足消费者需求为指导思想,想客户之所想、急客户之所需,用产品、用服务、用细节来诠释我们的企业价值观——创新无限,善待一生。”

十堰诺瑞特工贸有限责任公司总经理胡文平则说,“‘满意单位’的满意二字就是要让客户满意、用户满意摆在第一位,过去我们一直希望能实现‘零投诉’的目标,但一旦出现客户投诉的情况,我们都会以负责任的态度第一时间解决问题,不找客观理由推卸责任,让客户为难,这是企业责任。”

在这些“满意单位”影响力地带动下,商家只有不断提升产品满意度、服务满意度,监督管理部门不断提升监察力度,社会才会形成更加和谐、满意度更高的市场环境。

