

海尔卡萨帝冰箱上的“全球智慧”

——海尔高端冰箱称雄上海市场的深层原因源于卡萨帝系列冰箱为“全球智慧”的结晶

生活在“时尚之都”的上海消费者在高端冰箱市场的选择上,用手中的“购买选票”选举海尔卡萨帝系列冰箱产品成为市场的领航者。特别是海尔卡萨帝六门冰箱成为5000元以上价位段的高端畅销型号。这意味着诞生于全球研发平台上的海尔卡萨帝系列冰箱已经能够在中国全球化程度最高的城市获得高度认可。那么,海尔卡萨帝冰箱在竞争激烈的市场销售中赢得大量“选票”的能力从何而来?海尔冰箱相关负责人告诉笔者,在上海以及整个华东市场赢得最多的用户青睐是因为卡萨帝系列产品是具有全球化品质,并融合“全球智慧”的领袖产品。

全球化品质

海尔冰箱的全球化品质体现在“以全球资源满足全球用户需求”的战略追求上,因此,海尔卡萨帝冰箱是完全诞生于其全球研发平台上的世界一流产品。

卡萨帝法式对开门冰箱由欧亚美150多位世界一流制冷专家共同努力的结晶。为了给抱怨传统对开门冰箱使用不便的全球消费者寻找一款更符合他们需求的产品,海尔第一次使整合全球研发团队发挥协同效应,并将目标定为一款能够满足全球高端市场共同需求的产品上。为此,在企划、工业设计方面,海尔让来自美国的设计专家“主笔”,让产品设计得更大气、更气派;由于大容量冰箱在结构和质量性能方面要求极高,所以海尔又把德国的工程师团队纳入进来,参与结构设计;同时,来自并购后的日本三洋的工程师团队和一些韩国专家一起,提供了风冷系统、电控系统的设计方案。

这些努力,最终使卡萨帝系列冰箱成为一件“完美之物”。海尔在其中集合了众多全球先进的技术和设计理念——外观设计摒弃了美国冰箱的直立方形,而是采用了大圆弧设计,符合全球审美趋向;冷冻箱不再是双开门,引入欧洲的抽屉式设计;增加了亚洲独有的风幕技术,提高制冷效率。同时,海尔最新研发的全球领先的专利Vc诱导保鲜技术也应用到了这款冰箱上,加强保鲜效果。

不仅卡萨帝法式对开门冰箱如此,海尔在全球研发平台上推出的整个卡萨帝系列冰箱都是“世界结晶”。今年3月初,“美国原装”的卡萨帝美式对开门冰箱进入中国上海。当月底,海尔在上海首次发布全球冰箱行业的四大流行元素:大容量、不锈钢、多门和抽屉式。并将“全球造”的卡萨帝系列冰箱带入上海,为上海以及中国消费者带来具有全球化品质的高端冰箱,也同时带来了新的生活方式。

全球化品牌

当不少消费者仍然习惯性地品牌分为“洋品牌”与国产品牌时,一种更新的观点已经诞生。北京数字华夏品牌研究机构首席分析师姜培峰在阐述自己观点时认为:未来全球品牌将不再有“国产品牌”与“洋品牌”之分,因为在维基经济时代,世界是一个完整的市场,没有内外之分,因此品牌区分只能以“全球化品牌”与“非全球化品牌”加以分别。

毫无疑问,已经有多年全球运营经验的海尔冰箱已经成为名副其实的全球化品牌。这是海尔冰箱坚持奉行“彻底的用户主义”,不断进行全球资源整合,不断满足用户需求的结果。姜培峰认为,评价一个企业是否属于全球化品牌,关键是看其能否在全球建立一个经济生态体系。这其中关键的表现是,该品牌能够熟练地整合全球资源,并在满足市场需求的过程中得到全球消费者与行业的认可。



全球化认可

事实上,海尔在全球率先推出卡萨帝法式对开门冰箱后,已经先后被欧美韩等著名冰箱品牌跟进,这就是最大的认可。国际大公司研发思路的不谋而合预示着中国人自己创造的全球化品牌已经能够引领冰箱行业的发展趋势。

此外,今年初,海尔冰箱获得世界三大工业设计大奖之一的欧洲“红点设计大奖”。而去年,海尔冰箱凭借卓越的产品设计获得欧洲IF大奖。世界三大工业设计大奖的两次认可,意味着海尔冰箱的工业设计水平已经跻身世界前列。

与此同时,海尔卡萨帝冰箱不仅在上海市场大获全胜,其产品品质也获得亚洲乃至全球的消费者、客户的认可。据美国著名杂志《读者文摘》对中国大陆、中国台湾、中国香港、印度、马来西亚等8个亚洲国家和地区的消费者进行随机调查发现,海尔冰箱是中国区消费者最信赖的冰箱品牌,同时获得消费者信赖的还有:宝马、劳力士等各行业的世界一流品牌。

而在美国,由500多个经销商与3000个买家对700家制造商的品类管理、库存管理、新产品创新和售后服务专业精神等方面进行评选后发现,在32位“金锤奖”得主中,海尔冰箱是唯一的一家电品牌,这意味着在美国经销商中,海尔冰箱是最佳供应商之一。

综上所述,欧、亚、美以及行业对海尔卡萨帝系列冰箱的认可意味着:海尔正依靠卓越运营的商业模式在全球范围内缔造一个全球领袖的冰箱品牌。这无疑是在生活在全球化大都市,崇尚高品质生活的上海消费者持续选择海尔卡萨帝系列冰箱的重要原因之一。

瞬间打孔 极速安装 海尔“无尘速装”实现空调安装服务大提速

日前,一种由海尔空调和中国地质大学联合研制的墙体钻孔最快设备“金刚钻”在京问世。这项发明将极大改善目前空调安装速度慢和特殊墙体钻不透的难题,为消费者和空调安装工人带来福音。“金刚钻”打孔速度快,安装过程洁净,利用这一领先工具海尔空调实现了第15次服务升级,推出无尘速装服务,改变了以往空调安装中打孔速度慢、家里到处灰尘飞扬的现象,这一服务创新必然会带动整个行业服务水平的提升。“中国质量协会用户部部长樊天顺说。



旺季安装投诉棘手 速度、洁净度成服务制胜关键

在空调安装服务的所有工序中,安装速度与洁净度是空调安装过程中最受用户关注和挑剔的问题。中消协有关数据显示,进入6月以来,空调投诉随气温飙升,其中安装不及时及超时安装就占到全部投诉的60%以上。

据了解,在空调安装服务所有工序中,打孔的速度直接影响到安装进程的快慢,成为衡量安装服务优劣的关键。一位北京某品牌空调经销商在发布会现场诉苦,“一到旺季,我们的空调安装便出现瓶颈,打孔安装耗时、费电且尘土飞扬,用户经常会抱怨,令我们代理的空调品牌形象大打折扣”。

海尔金刚钻:快速又洁净 成就空调服务风向标

实现空调安装快速、无尘化,除了安装技术要过硬外,先进的“武器装备”也是不可或缺的关键。据海尔空调服务部有关负责人介绍,海尔空调“金刚钻”比普通安装钻打孔速度提高了1倍,除了打孔速度快,还将打孔时造成的尘土吸入专用罩盖内,确保了安装现场的洁净度,并且打孔过程中噪音低于普通钻。

业内有关专家认为:服务技术创新已成为品牌服务发展的突破点,海尔空调此次在全国首推的“无尘速装”服务,不仅突破了空调销售旺季安装服务的瓶颈,也将安装服务标准推向一个新的高度,引领了空调行业服务风向标。

国美、永乐、大中会员踊跃捐赠积分 帮助四川灾区建立60个活动中心

6月20日,四川盆地普遍出现了入夏以来最猛烈的一次暴雨天气,早上9点半,一支特别的队伍在冒雨向灾区进发,这就是国美永乐大中员工代表、VIP会员组成的爱心队伍。下午2点,爱心队伍抵达5·12地震重灾区——什邡红白镇,将满载着集团会员爱心的重建物资包括彩电、DVD、音响等交到了当地负责人手中,用于在红白镇建立的8个活动中心,切实解决灾后群众基本文化生活需求。

据悉,购买此次捐赠物资的款项全部来自国美集团旗下国美电器、大中电器、永乐电器的全国会员爱心捐赠的积分。这是继国美集团向四川灾区捐赠500万元现金、200万元赈

灾物资,集团董事长主席黄光裕个人捐赠5000万港元,国美、永乐、大中员工自发捐赠善款购买25000台爱心电风扇之后,再一次向地震灾区表达爱心,支持灾后重建的又一善举。

据介绍,国美、永乐、大中“会员积分献爱心”早在震后就全面展开,本着自愿的原则,广大会员积极参与其中,湖南国美会员贺先生认为,捐一些积分就能为灾区做点贡献,是一件很有意义的事。“我认为贵公司这个活动做得特别好,让我深深感受到作为家电龙头企业,在国家危难时候的责任感。‘国难当前,匹夫有责’,我也一直在关注汶川的灾情,一直想为灾区做点事,所以我把积分(消费

积分33588分)全部捐了”;上海永乐会员崔先生也在永乐中山公园店购物时,看到门店的赈灾爱心捐分活动,随即就到服务台咨询捐分事宜,要求将会员卡内所有2万多积分全部捐出,当问起客户为何将所有积分捐赠,客户只淡淡的回答,“没有太多的考虑,面对灾情,作为一个普通百姓,我们能做的只有默默地祝福和祈祷,为灾区的同胞贡献出一份爱心。”

据介绍,仅仅半月余,国美集团就募集到了近8000万积分,所有积分款项用于购买60套重建灾区的活动中心,此次红白镇的8个活动中心为首批定点捐赠的物资,此次活动会员志愿者也将全程参与见证爱心捐赠。

A.O.史密斯柔水源 赋予生活温柔质感

这里有两件衣服,分别是粗麻与丝绸质地,你一定会选择丝绸贴身穿了。然而,在同样与肌肤亲密接触的用水时,其实你一直在用如粗麻般的水质——硬水。它可能会让你的皮肤干燥难耐、头发枯燥,让你洗完的衣服总是硬邦邦,带给你种种不适,那么,何不换上丝绸质感的水质呢?这就是软水,有着130年深厚品牌历史的A.O.史密斯新上市产品——A.O.史密斯柔水源,它能将普通自来水变成软水,让您尽享软水给予肌肤温柔的呵护。这种被欧美、日韩消费者普遍使用的软水水质,大大去除了钙、镁、铁等对皮肤有害的金属离子,将为您带来更多的美丽和健康。

A.O.史密斯柔水源

温柔呵护体肤 美丽又健康

护发乳、精华乳、发膜……为了拥有柔滑的头发,你往头上敷一层又一层的保养品。其实,只要简单用A.O.史密斯软水洗头——你就会发现发丝拥有不同以往的柔滑感觉。A.O.史密斯软水能给肌肤保湿水般的丰沛滋润,预防干燥细纹,并在无残留的彻底清洁中,让肌肤做好吸收下一步保养品的准备。用软水洗头,能让周身得到深层的温柔滋润,并可以解除皮肤干燥难耐的问题。

A.O.史密斯柔水源

柔美水口感 衣物亮如新

谁都想喝到水本质的味道。它清凉、纯粹、无味。去除了钙镁离子的A.O.史密斯软水,去除了水中莫名的气味,忠诚传达每样食物的本色芬芳,用来煮饭、泡茶、煮咖啡,会给你更醇香的感觉。

新衣颜色一次比一次暗淡,洗完以后就硬邦邦总是让人沮丧——这是硬水的过错。在清洗中,A.O.史密斯软水不会在衣服上留下碳酸钙、碳酸镁,洗完、晒干的衣服柔软得让你真想往身上套。A.O.史密斯软水,用无添加的方法,达到添加了衣物柔顺剂的效果。

从今天起,别再用自己的身体对硬水迁就。让自己的身体健康起来,高兴起来,用全新的A.O.史密斯柔水源,向你的身体问好,向你的每一天问好。

我来服务您来打分

近日,笔者获悉:海尔集团在监控终端服务质量方面,又有了新动作:请用户担任海尔的监督员,对海尔的服务进行主动监督。

多年来,海尔通过主动为自己服务“找茬”,一直在不断地提升服务质量。从在全国招募“神秘顾客”,到用户家暗访监测售后服务质量,迅速改进提升,到让服务人员主动“找茬”,向用户发放意见征询卡,征询用户意见或建议,代表用户把这些信息反馈到企业内部的相关部门闭环解决。对提出建议被采纳的用户进行一定的奖励。海尔不断地为真实掌控终端服务质量,促进服务质量提升不停地做着努力。

目前,海尔的服务标准再次升级,又推出了“1+5”成套组合服务。“1”是指为用户提供一次就好安装调试服务;“5”是指每次上门的同时为用户提供主动关怀的增值服务,包括安全测电服务、讲解指导使用服务、产品维护保养服务、一站式产品通检服务、现场清理服务。为保障终端每一位用户都享受到这种成套组合服务,海尔想到了请用户来监督这一招。

用户:从被动接受服务到主动监督服务

请用户监督,让用户由以前被动的接受服务,转变为主动的监督服务,让用户成为海尔服务的感受员与监督员,使海尔的每一次服务都成为有监考老师在场的考试式服务。

服务人员:从模糊服务到精准服务

让服务人员由以前的抱有侥幸心理或不不在乎的模糊服务,转变为时刻紧张的考试式服务,服务人员把每次服务都当成展示自我、体现自身价值的机会。

企业:承诺于众践诺是金

海尔对用户做的标准与承诺非常高,但实际在具体服务过程中仍有个别服务人员执行不到位,使用户不能100%都享受到海尔的服务,通过此模式的执行,目的是给用户100%的展现一诺千金的海尔服务。

空调旺季家电卖场 怎样保障送货安装

笔者从五星电器了解到,本周末五星电器将迎来其成立三周年生日,不仅会在价格、促销力度上给消费者更大的实惠,还升级了其特色服务,特别是“2小时精准配送”服务,保障每位消费者购买的家电都能够及时送货安装到位。

那么,在这么个空调销售旺季再加上五星3周年促销旺季,五星电器的“2小时精准配送”服务是如何做到的呢,为此,笔者昨日特地跟访了五星电器“2小时精准配送”的陈师傅。

“我们往往会在前一天晚上把第二天要派送到货物分配好、装车,第二天早晨就可以直接发车了。”陈师傅告诉笔者,“顾客在完成商品购买,预约第二天送货时,可以根据自己的需要和实际情况,选择其中的一个服务时段,而我们所要做的就是定制时段内确保商品的到达,将送达时间精确到2小时之内。”

据了解,为确保五星3周年准时送货服务,五星电器售前目前已增派了50辆送货车和100个物流人员,每趟车送货件数由25件减少到15件,这也减少了每次沿途配送时间。并采用封闭式空间使在送货过程中,不用进行捆绑,有效缩短装货和卸货时间,因此五星电器送货时间能在“2小时准时配送”的基础上再提高30%,基本实现配送精准化。(杜琳琳)