



解密中国移动满意服务之道

中国移动海南公司连续8年荣膺“全国用户满意企业”称号背后的故事

服务，是企业永恒的主题，是企业的生命线。中国移动长期坚持服务领先战略，遵循“沟通从心开始”的服务理念，不断追求服务创新，为行业树立了服务标杆，也成为其它窗口行业竞相学习的榜样。从2002年至2009年，中国移动海南公司连续8年荣获中国质量协会、全国用户委员会颁发的“全国用户满意企业”称号，成为我省唯一一家连续获此殊荣的通信企业。在持续服务领先的背后，有着哪些鲜为人知的故事？

追求满意服务 每年都有新突破

- 2002** 推出“满意百分百”服务工程，当年首次获得“全国用户满意企业”的殊荣，也是当时省内唯一一家获得该荣誉的通信企业。
- 2003** 首次安装电子叫号系统，真正实现一对一的客户服务；在全省营业厅推行办理业务“免填单”服务。在业界率先推出“话费误差、双倍返还”承诺。
- 2004** 海口美兰机场和三亚凤凰机场贵宾厅，以及三亚全球通VIP俱乐部会所相继投入使用，全球通客户真切体会到“尊崇倍至，享我所想”的尊贵服务。
- 2005** 组织业务流程穿越，促进服务观念转变。从客户端出发，以客户满意为准绳优化设计服务流程。

- 2006** 提出定制业务二次确认、资费主动提醒、业务无障碍退订等创新服务举措，客户消费各类新业务更放心。
- 2007** 开展“诚信服务 满意100”主题活动，推出诚信服务“八项承诺”，在治理SP、规范定制业务、透明消费等方面做出了表率。
- 2008** 开展“金牌服务 满意100”主题活动，推出以“责任、诚信、便捷”为基础的“五心”服务。作为2008年北京奥运会全球合作伙伴，多项奥运会通信保障创造了世界纪录。
- 2009** 开展“便捷服务 满意100”主题活动，“电子渠道以指代步”、“积分兑换足不出户”、“G3业务无障碍办理”等六项便捷服务深受欢迎，专项整治垃圾短信取得突破。



真情服务的N个瞬间

十年满意服务，感人的细节实在太多！我们从不同时期抽取几个服务瞬间，或许可以从另一个角度感受中国移动的成长足迹。

镜头1——小陈的19声对不起

2008年前后，因系统不稳定导致的终端故障频发出现，遇到无法正常缴费的情况，大部分客户都会表示理解，但也会个别客户不依不饶。一天下午，一位中年客户来到海口营业厅缴费，当得知系统故障后，盛怒之下将营业员小陈生拉硬拽和辱骂了十多分钟，面对情绪冲动的客户，小陈一边抓紧联系测试系统，一边安抚客户的情绪，嘴里不断重复说了十九声“对不起”。

送走客户，小陈跑到卫生间，用凉水冲去夺眶而出的眼泪，调整好心情，又继续微笑着迎接下一个客户了。

镜头2——周小姐的第二个家

周小姐是中国移动三亚分公司的金卡客户。

周小姐从事旅行社工作，经常到机场接机送机。遇到航班延误就会到移动公司在机场的贵宾厅休息，细心的接待人员注意到周小姐工作节奏紧张，经常带着旅客，于是每次她到接机时，都会及时送上一杯提神的热咖啡。了解多了，接待人员知道她工作强度和出差频率较多，于是主动向她推荐了一款全球通商旅套餐，几个月下来，周小姐的商旅套餐省了不少。

时间长了，周小姐到机场贵宾厅当成了自家的客厅，这里舒服、亲切的氛围让她真正找到了放松的感觉。

镜头3——2005年的那一场台风

相信不少人对于2005年的那场台风记忆犹新，不错，就是“达维”。

当那场多年不遇的超强台风袭击海南时，全省供电中断，交通受阻，通讯告急，在这种情况下，通信保障就是生命线！中国移动海南公司闻命即动，全员动员，网络工程人员冒着狂风暴雨，拉着柴油和发电设备，跑到基站、基站，抢修受损的设备，维持基站的正常运转。因为停电，很多店都早早关门，惟独移动营业厅照样对外开放，顾客们还可以拿手机来营业厅充电。台风无情，移动有情，台风带来的洪水可以冲断桥梁，冲毁道路，冲倒电杆，但中国移动通信在，政府的应急指挥系统就可以运转，紧急求助的沟通和线路就不会中断！危急时刻，为了方便客户联系，海南移动启动交费不待机的特殊政策，确保通信的畅通。

镜头4——危难时刻，亲情移动

印尼海啸、华南雪灾、汶川地震……每一次危难面前，总能看到中国移动扶危助困的身影。

5·12汶川大地震发生后，中国移动集团公司总裁第一时间赶到灾区，指挥抢修通信设施。中国移动海南公司迅速派出网络小分队赶赴灾区，参与通信恢复工作。12580条热线开通了，将人们熟知的“一键我救援”赋予了生命和亲情的含义；卫星通信设备免费送去了，为海南偏远灾区的救援队伍提供尽可能多的通信便利；万源因停电断网断电了，数百名青年志愿者雨中，为灾区的人们祈福；员工捐款捐物了，灾情发生后48小时，中国移动海南公司员工就自发为灾区捐款10多万元；手机短信方式开通了，中国移动携手中国红十字会开展“红十字救援行动”，开通短信捐款方式，号召手机用户通过发送手机短信进行捐款，为灾区重建献上一份爱心……



三大客户品牌各有特色 真诚满足不同客户的个性需求

中国移动是国内通信运营商中最早引入客户品牌经营理念的企业，在“移动信息专家”这个强大的企业主品牌之下，中国移动根据客户市场的细分衍生塑造了针对高端客户的“全球通”、针对年轻一族的“动感地带”和针对大众市场的“神州行”三大客户品牌，形成了一个完善的品牌体系。

客户品牌的细分，真正做到了针对不同的客户需求提供不同的服务和业务，移动品牌越来越深入人心。

影响深远的“全球通积分助学计划”将积分奖励与社会公益活动相结合，连续数年得到客户的热烈响应；全球通VIP俱乐部组织的各类活动，包括高尔夫邀请赛，中外名家讲演，全球通新年音乐会，机场候机厅贵宾服务等，琳琅满目异彩纷呈。“尊崇倍至，享我所想”，是全球通会员最真切的体会和感慨。

神州行 轻松由我 自由 实惠 便捷

秉承“自由、实惠、便捷”的品牌宗旨，带着“轻松由我”的主张，从广大客户的需求出发，推出多种话费实惠的套餐，“神州行”品牌迅速获得市场的认可，成为在中国，特别是在广大农村地区普及移动通信的重要力量。目前，神州行客户已占中国移动客户总数的70%以上，是中国移动旗下客户规模最大、覆盖面积最广的品牌，也是中国移动通信市场上客户规模最大的一个品牌。

神州行品牌可以让您享受同全球通客户一样的网络覆盖和通话服务，在全国所有城市都可开通，并可在城市间漫游。

近几年来，中国移动海南公司针对神州行客户推出了多项服务措施，深受客户好评。中国移动海口分公司员工组成的“神州行艺术团”一年到乡村演出上百场；“农信通”、“气象通”等惠农信息服务借助神州行品牌送到了上百万农户手中；2009年，中国移动海南公司组织神州行电影下乡活动，免费为群众放映电影500多场……

随着品牌建设工程的系统化实行，相信更多的客户会由衷地说出：神州行，我看行！

动感地带 我的地盘 听我的 时尚 好玩 探索

“动感地带”是专门为年轻时尚人群量身定制的移动通信客户品牌。

“动感地带”定位为“时尚、好玩、探索”，不仅资费灵活，同时还有多种创新性的个性化服务，给年轻用户带来前所未有的移动通信体验。

新颖的短信包月；最新影视动态、娱乐头条新闻；炫酷的待机图片和动听的铃声；强大的聊天工具……琳琅满目的动感品牌定制服务为年轻一族创造一种崭新的、酷炫的、快乐的生活方式。在海南，动感地带已经成为年轻和时尚的代名词，街舞大赛、歌友会、明星音乐派对等活动在年轻人当中掀起一波接一波的热浪。

动感地带为年轻人营造的不仅是一个个性化、充满创新和趣味性的家园，它还代表一种新的流行文化，将无线通信和时尚生活融为一体，移动改变生活的“新文化运动”。

全球通 未来在我手中 积极 掌控 品位

“全球通”是中国移动通信的旗舰品牌，知名度高，品牌形象稳健，拥有众多的高端客户。同时也是国内网络覆盖最广泛、国际漫游国家和地区最多、功能最为完善的移动信息服务品牌。

追求客户的满意是全球通不断发展的动力，全球通以全面、领先的技术为支撑，承载了众多创新的数据和语音业务，其中包括e动互联、手机证券、随e行、国际漫游、手机邮箱、手机银行等异彩纷呈的服务，为商务客户开启了全新的移动多媒体世界。

多年来，中国移动海南公司始终坚持不懈地完善全球通的服务，在亲切、快捷、贴心服务的基础上，更加注重客户的个性化需求，不断提升服务标准。全球通专席提供一对一的专属客户经理服务；

客户品牌查询小贴士：
手机拨打125901382，即可查询您的专属客户品牌。