

探访地点 工商银行大连甘井子支行营业部

一份  
签名

## 让痛点变成满意

文 本报记者殷洁  
图 修辰雪

来到位于华南广场附近的工商银行大连甘井子支行营业部探访调查,消费者监督团的成员们印象最深的是,那份有每位银行服务参与者郑重签下名字的《“服务如意 诚信如一”服务承诺书》,这一个个签名的背后彰显的不仅是工商银行大连分行所实施的服务精细化管理,更是内抓建设外树形象的决心。

消费者监督团成员普遍认为,金融消费有其特殊性,由于其高度专业性与技术性,使得普通金融消费者能够真正理解金融产品有一定难度。为此,工行大连分行除了严格按照一线各项服务规范,对服务设施、服务流程、服务行为、收费管理、信息披露、投诉管理等工作开展认真排查之外,还依托辖内全部网点在厅堂内通过厅堂微沙龙讲解、公众教育区展示等形式向客户开展了一系列的消费者权益保护活动。

“工行近年来一直将消费者权益保护工作作为重点工作内容,为了不断提高金融消费者的风险识别

能力,自我保护意识和责任承担意识,向社会普及金融常识,切实构建和谐金融消费环境,结合人民银行、银保监会以及银行业协会等监管机构的指导,坚持对不同客群有针对性地开展相关宣传资料和讲解金融消费者权益保护典型案例。而且不仅坚守阵地强化金融消费者合法维权意识,还定期深入周边街道、校园以及其他单位进行义务宣传和讲解,带动全民全力防范金融诈骗。”工行大连甘井子支行营业部负责人表示。

服务行业难免会出现投诉,工行大连分行非常重视客户的每个投诉。针对反映较多的“网点预留电话

无法接通”、“客户排队”、“服务态度不好”等痛点问题,工行以解决客户投诉为切入点,有效整改服务薄弱环节。

“遇到问题,就解决问题。我们通过完善客户投诉处理流程,在每个网点公布投诉电话、流程图,以及投诉工单反馈交流会的形式畅通消费者投诉渠道,来提高客户的满意度。”工行大连分行有关人士表示,“服务如意,诚信如一”是一句口号,又是一份厚重的承诺。借助今年3·15消费者权益日的契机,面向社会公示《“服务如意 诚信如一”服务承诺书》,全面接受市民监督。



客户正在阅读《“服务如意 诚信如一”服务承诺书》。

记者  
感言

近年来,非正规金融机构深入社区等生活场景,进行非法集资活动,给很多市民特别是中老年群体造成家庭财产损失。金融消费是一种特殊的消费,银行等正规金融机构对金融消费教育就显得尤为重要。金融机构应切实肩负起责任,有效帮助客户丰富金融消费知识,教大家识“雷”,强化合同意识、审慎意识。同时,也帮助金融消费者提高依法维权能力,消除这些“雷”。

探访地点 安利大连体验馆

## 把高品质从产地延伸到消费者“家门口”

## 探秘一家“养蚯蚓”的农场

文 本报记者孙霞

位于解放路的安利大连体验馆,常常可以见到专门前来体验安利产品及科技的消费者。“真正了解之后,才知道安利原来是一家对产品细节要求这么极致的公司。”这是很多消费者体验后的共同感触。

今年3·15到来前夕,记者跟随本报消费者监督体验团,走进了敢于“拍胸脯”确保产品质量的安利公司。即将成立60周年的安利认为,唯有坚持生产安全优质的产品,优化消费体验,不断满足和保障消费新需求,才能走在提升消费者权益的前列。安利也正是用持续的品质坚守,践行今年消费者权益日的主题——“信用让消费者更放心”。

位于无锡、成立于2015年10月的安利(中国)植物研发中心,是安利旗下的营养保健食品纽崔莱产品在全球的几大农场之一。它是安利科学家用三年时间在全国40多个候选地块中选择的最佳种植基地,也见证了安利从土壤到成品全程品质管控极端细致的追求。

早在1948年,纽崔莱就在自有土地上开始有机种植实践,迄今已在全球有机耕种自有农场37900亩。包括纽崔莱巴西农场、纽崔莱墨西哥培塔可农场、纽崔莱鲑鱼湖农场,以及安利(中国)植物研发中心。

在这里,可以见到一排排整齐的条垛。其

## 线下科技体验,线上移动购物

众所周知,安利从一块小小的香皂开始,如今产品线已经涵盖营养保健品、美容化妆品、个护、家居科技产品等多个品类。在位于中山区青云街的安利大连体验馆,记者也真真切切地感受了一把安利的科技感。在纽崔莱的健康测试区,体验者只要在仪器前站立或者坐好,这些高科技设备就可以快速提供出动脉健康、骨密度、血压、人体成分等健康和体质等测试数据,并提供相应的健康

## 高效物流把高品质延伸到消费者“家门口”

互联网时代的产品销售,除了严格把控产品质量,物流端的效率也是消费评价的重要环节。记者了解到,在物流端,安利与京东物流合作,打造高效的物流配送体系,为安利自有移动社交电商平台“安利云购”,提供面向终端消费者的物流配送服务,并为安利提供店铺补货等其他仓储物流服务。目前,安利

中“居住”的是蚯蚓。“这是一座蚯蚓堆肥场,”工作人员介绍,蚯蚓不仅可以松土,还可以净化土壤,除此之外,蚯蚓其实还有更多强大的能量。比如,蚯蚓生成的蚯蚓茶还是一种高效的有机肥,其中含有大量的抗菌肽,是一种天然的植物抗菌剂。将其稀释10倍,既是上好的植物叶面肥,又可以抗菌杀虫。在这里,通过繁育蚯蚓并让它在土壤里发挥作用,蚯蚓成功地成为这里的“生态系统工程师”,植物研发中心的各项土壤指标都得到了很大改善。

记者了解到,在这里,为了保证安利纽崔莱产品的安全性,农场所有的区域只能使用有

指导;在雅姿测试区,融合当今尖端科技的专业皮肤测试仪器FACESII,仅需几分钟,就可以从多角度全面了解测试者的肌肤实时状态,其中包括肌肤水油情况、皱纹分布、可见/隐藏色素、面部毛孔,以及红敏状态等。智能皮肤测试仪还能为每一位测试的顾客建立专属的皮肤档案,记录每次测试的结果,方便调取过往的记录,进行跟进对比。根据顾客实时肌肤状态,为顾客推荐雅姿产品

家居送货一、二线城市24小时即可到达,偏远地区也缩短到3天以内。通过高效的物流,安利把高品质延伸到消费者“家门口”。

同时,随着智能技术的发展,安利早在2017年4月就引入智能客服机器人“小安助手”,7×24小时随时在线,有效解决消费者非工作时间找不到客服咨询、长时间排队等待

机肥料,他们收集农场废弃的秸秆、树枝、树叶和杂草作为原料,堆积生成有机肥。同时,利用中草药的自然特性组合种植,用来防治害虫。此外,禁止使用化学合成除草剂,而是利用综合性手段防控杂草,这不仅有利于保护生态环境,也能确保纽崔莱产品安全和无污染。

在最纯净的土壤种植,在最合适的时间采收。生产的每一步,都严格按照规范,让自然的精华体现在每一个产品中,这是安利纽崔莱一直倡导的。从种子到成品,从生产到包装,全程严苛把控,实现每一步都可追溯。

搭配保养方案……

面对消费升级和体验经济大潮,消费者需要的不仅是产品,而是融合产品和服务的个性化解决方案,甚至是一种生活方式。记者了解到,近年来,安利陆续实施数字化战略、体验战略和年轻化战略,打造线上移动电商平台,布局线下体验馆、体验店,开展社群经济,为消费者提供全新的安利式O2O卓越体验。

客服响应等问题,一经推出便受到了市场的热烈欢迎,月交互量高达70万。截至目前,智能机器人可以解决90%的顾客问题、回复准确率高达98%、顾客满意度高达97%,这是安利推进智能客服的高效创新举措。

在安利看来,优化体验,是对消费者权益的更好保障。

记者  
感言

在安利采访,最打动我的是两个细节。安利纽崔莱的工厂里,一个瓶盖与中线的距离超过3毫米就会被认定为次品,为了这个仅仅3毫米的误差,工厂甚至成立专项小组——质量改善合力项目组,自主研发了歪盖自动检测装置;在安利(中国)植物研发中心,蚯蚓、瓢虫和蚜虫的幼虫、老鹰和猫头鹰,代替了传统的化学除草剂甚至化学肥料。这两个细节的背后,我读到的是一家企业对于产品品质的严格把控,和对自身品牌的精心呵护。我想说,对自己负责、对消费者负责的企业,值得信任和尊重。