

中货航：VIP服务从“点”做起 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/36/2021_2022__E4_B8_AD_E8_B4_A7_E8_88_AA_EF_c31_36763.htm 几年前，有国内航空货运业人士说：“上海是国内理想的航空货运始发地。”于是，各航空货运公司举着“掘金长三角”的大旗，开始了这场没有硝烟的“腹地”争夺战。如今，随着第五航权的逐步放开，架着“洋枪洋炮”的国外航空公司也加入进来，使这场“战争”愈演愈烈。东方航空公司旗下的中国货运航空公司（简称中货航）作为上海基地航空公司，借助地理优势与浦东机场建立了长期合作关系，同时依托东航的网络优势，一度让人产生可以稳坐“山头”观“虎斗”的乐观心态。但随着东航整体战略部署的调整，将中货航原货物操作部门剥离成立了东方远航物流公司，中货航的发展和“养家”之本只剩下风险最大的运力销售。“内忧外患”让中货航人意识到，必须尽快调整主攻方向，练好内功打造服务品牌，提高公司核心竞争力，才能立于不败之地。对于专营货物运输的航空公司来说，产品就是货机的舱位，销售之后必须要有良好的服务品牌支持，才能培养客户的忠诚度，在留住老客户的同时，不断开发潜在的客户。这为中货航客户服务部确立了目标：要与销售部携手共同做好客户管理工作。为此，客服部成立之初，就提出VIP客户服务的构想，对VIP客户的货物实行全程信息跟踪，强调建立“信息绿色通道”、“货物绿色通道”，提高中转运输服务质量，树立全新中转品牌，增强与外站沟通，协助外站提升销售能力。由于货运服务流程复杂，涉及到进出口各流程的每一个环节，包括公司内部

、地面操作代理公司、外站等诸多部门及单位，因此，客服部提出先从一个“点”突破，再分阶段总结完善VIP方案。为了提高服务质量，降低货物破损及预防货物被偷盗，客服部先从进口这个“点”突破，于2005年3月初开展了重点货物跟踪服务，主要对目的港为上海的外交邮袋、贵重品、高科技精密仪器、高价值货物、危险品及有特殊要求的货物开展现场跟踪服务。客服部根据外站提供的重点货物信息，实施从卸机-分解-理货-交货的全过程现场跟踪，收集信息并及时反馈给外站。为此，直至5月底，客服部对东京等9个站点发来的558票直达重点货物、48票中转重点货物等总计19157件，重达354564公斤的货物进行了跟踪服务，其中发现10票出现破损情况。在9个站点中，东京办事处要求跟踪的重点货物最多，共计489票，占总票数的87%。需要整板交接的货物有15票，共计25块板，2854件，重达38355公斤，由于大多为精密仪器及电子产品，客户对操作的要求较高。于是客服部经与东远物流公静止懿棵拧 鹾绞狄倒拘颯髡苏褰唤踊跷铜牟僮髀鞞蹋滩皇褂貌担危庖蚕僮鞞坏痹斐苦跷楔扑稹！ 谧芙嵎私锥沃氏慷跷铜俦竦慕岬螭头悬谯葑芴迓榭觶IP服务方案进行了修改，从出口、中转、进口几方面的操作进行了细化，并于6月9日召集市场、销售等相关部门，在浦东召开了VIP服务预案演示会。与会人员对预案的可操作性进行了深入探讨，操作方案基本上得到了与会人员的认可。主管市场的人士提出，方案中要具体体现针对客户的需求制定的操作标准，如超大件、超重货物如何操作等。对于方案中提及的加强货物运输网络建设，规范各外站操作标准的要求，市场部准备对近期签署的中货航各外站与当地地面服务公司操作协议进

行整理，并进一步完善。目前，中货航的信息网络建设已达到操作要求，信息管理部门已对各站点的系统使用情况进行了跟踪，对薄弱的站点制定培训计划。会上大家达成共识，各部门要通力合作共同建立公司的服务品牌。推出VIP服务是为了从点到线提升中货航的整体服务水平，为中货航做大做强建立坚实的基础。VIP服务的终极目标是，能为中货航所有客户提供一种主动的、集成的、贴切的、高效的、无缝的服务，让所有客户都成为VIP。在VIP服务正式推行前，客服部将继续做好重点货物跟踪服务，真正为客户着想，以客户的满意为标准，不断提高货运服务水平。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com