

服务品牌 与服务艺术

上海市建设交通系统精神文明建设委员会 编写

FUWU PINPAI
YU
FUWU YISHU

上海人民出版社

服务品牌 与服务艺术

上海市建设交通系统精神文明建设工作委员会办公室

江苏工业学院图书馆

藏书章

FUWU PINPAI

YU

FUWU YISHU

F718
G1

上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

服务品牌与服务艺术/上海市建设交通系统精神

文明建设委员会 编写.

—上海: 上海人民出版社, 2004

ISBN 7-208-05304-9

I. 服... II. 上... III. 商业服务—经验—上海市

IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 097350 号

责任编辑 曹利群

唐云松

封面装帧 甘晓培

服务品牌与服务艺术

上海市建设交通系统精神文明建设委员会 编写

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行 上海天马印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 9 插页 2 字数 200,000

2004 年 9 月第 1 版 2004 年 9 月第 1 次印刷

印数 1-5,100

ISBN 7-208-05304-9/F·1196

定价 16.00 元

主 编	甘 忠 泽		
副 主 编	熊 建 平	孙 熙 宁	
编 委	张 旗	郑 爱 兰	胡 青 云
	徐 经 川	华 晴	

序

中共上海市建设和管理工作委员会书记 甘忠泽

进入新世纪以来,在市委和市政府的领导下,上海城市建设和交通事业得到了快速发展。广大干部职工围绕提高城市运行效率、环境质量、服务水平和队伍素质的要求,着力加强“窗口”服务行业精神文明建设,努力培育职业道德和职业精神,为提升上海城市功能、塑造城市精神创造了良好的条件。

上海建设交通系统担负着城市建设和管理,维系城市正常运转的重任。服务社会,服务市民,是建设交通工作永恒的主题。在从事公共服务和社会管理的平凡岗位上,全系统干部职工甘于奉献,勤于探索,勇于创新,先后培育出“辛苦我一人,方便千万家”的劳模徐虎,塑造出“以我心灵美,创造市容美”的市容环卫精神,总结形成了马卫星的“车厢服务艺术”、何颖“服务没有终

站点”的列车服务操作法,涌现出一大批道德标兵、科技精英、创新能手、服务明星,培育了人才,锤炼了精神,形成了品牌,有效地推动了建设交通事业持续健康的发展。

“聚焦品牌,弘扬精神”,始终是上海建设交通系统“两个文明”建设的重要工作。品牌,对于全系统每一个服务“窗口”来说,不仅是一个符号,一个设计,一个概括服务和管理的内涵、价值和个性的形象;更重要的,是通过宣传和弘扬服务品牌,传递一种情感、一种精神、一种党和政府关心群众利益的声音。只有不断通过总结先进典型、提炼行业精神、推行职业道德规范、完善职业技能培训,才能对那些在实践中长期形成的,反映时代特征,具有上海特点,富有文化内涵的服务方式、管理手段和操作技巧进行有计划的培育、保护和拓展。本书中的百例服务品牌,就是全系统各行各业干部职工长期致力于这项实践活动取得的丰硕成果。

2010年中国上海世博会正向我们走来。《服务品牌与服务艺术》一书的出版,作为上海建设交通系统贯彻实施《上海迎世博文明行动计划》的普及读本,使各行业在开展迎世博文明行动时能有所启迪、有所借鉴、有所建树,从而推进全系统行业文明建设水平,是十分必要和非常及时的。

上海建设交通系统将以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,认真落实科学发展观,树立管理率

建设的理念,适应建设枢纽型、功能性、网络化基础设施体系的要求,适应加强现代化城市管理和提升城市服务功能的要求,适应建设文明城市的要求,满足社会市民对公共产品和公共服务不断增长的需要。深入开展“窗口”服务行业精神文明建设,大力培育实践城市精神的服务品牌,不断提升广大员工的技能和素质,努力塑造与城市建设成就相一致的行业形象和行业精神,为成功举办中国上海世博会,展示国际化大都市的风采作出应有的贡献。

2004 年 8 月

目 录

序.....	001
“小郭热线”的“三建三新”服务.....	001
张国梁小修服务队的维修服务.....	004
“金龙”小修服务队的庄重承诺.....	006
陈建民小修组的“时段服务法”.....	008
“英姿表务队”的服务艺术.....	010
“女子雪球队”的服务特色.....	013
建华抄表志愿者服务队的“三化”服务.....	016
NRW 小组的“六漏”工作法	018
王复初的排水稽查“滚动式操作法”.....	021
客户服务中心的“四字服务法”.....	024
M2 泵站的污水输送“三个一”工作法	026
普二组的“三勤一不”工作法.....	028

张泉荣检修队的“三步曲”	031
龙华港泵闸的规范服务网络化	033
淀东节制闸运行班的守时服务	035
市中心调度应用小组的“快”“准”“精”服务特色	038
杨思水闸的“3+1”通航管理模式	041
河道管理服务窗口的“三急”办事法	044
蒋华云的水电服务“一问、二看、三修、四教”操作法	047
黄建忠的“四边”水电维修法	050
姚永兴的水电维修“快、勤、钻、清、带、特”工作法	052
市房屋维修监督中心的“统一快捷”服务	055
徐汇房修中心的“333”服务特色	058
陆家嘴物业“96916”服务信息平台	060
万科华尔兹花园的客户关系协调机制	063
浦东新区房地产交易中心受理科的规范服务	066
地球物理研究所的服务程序	068
马卫星的“落实座位”操作法	070
周霞的车厢特色服务	073
徐忠的服务技艺	075
邵爱珍的“三型式”服务法	077
潘春燕的“3、4、5”服务特色	079
徐红英的“六多”、“八字”工作法	081
李俊的“二、三、四”工作法	083
钟力培的“三步四字”操作法	085
张建平的“一让二心三查”操作法	087

65 路的“亲和服务”温暖乘客	089
112 路的人性化服务	091
董燕的“车行百米开机,主动问路走捷径”服务	093
包军的亲情服务特色	095
张忠鸿的营运服务新理念	098
高建国的“提醒”、“让理”、“换位”工作法	101
吴伟民的“心”级服务法	104
杨志明的“细微”服务艺术	106
王海根的汽车检修“五步操作法”	109
强生调度中心的“一二四”服务法	111
强生机场短途车队的“四主动”、“五心”服务特色	114
蔡永恺的“指路问不倒”服务法	116
陈华的列车点检“一次出乘检车法”	119
陈晓震的“一视、二问、三助”客站服务	121
上海火车站站的排队上车工作法	123
万晓的汽车维修诚信服务	126
大众汽车徐汇维修站的“修车三满意”	129
上海蓝天汽车修理总厂的诚信服务	132
苏继荣的优质服务走市场	134
王德润的燃气检修服务网络	137
郑广学的“24 小时受理”服务	139
杨国良的“杨代表热线”	141

燃气普陀办事处的“情感服务”	144
石玉蓉的“地形图”和“百宝箱”	146
陆金萍的“3333”窗口服务法	148
褚俊龙的“四步一通”工作法	150
“沪宁牵引”的“三熟三多”工作法	152
桥隧牵引的“十步操作法”	154
沪宁高速公路带教新员工的“成才四法”	156
施燕车组的“温馨服务法”	159
黄勇强的质量保证“四步法”	161
张镛福的绿化装饰窍门	163
陆凤英的环卫保洁“十扫法”	165
古猗园的“两心”服务	167
普陀区行道树养护队的修剪“三法”	169
潘德传的处理投诉“五步工作法”	171
毕金凤的机场保洁法	174
王鑫荣的船舶废弃物“文明收集法”	177
吴开烈的班组管理法	180
冯盛宏的主动式服务	183
李娜的公厕服务要领	186
卢成红的轮机管理法	188
陈扣娣清道班的“十大特色工作法”	190
扮靓南京路的“立体保洁法”	193
淮海中路清道班的“文明作业法”	196

徐家汇女子清道班的道路保洁法·····	199
苏州河管理站的“全过程管理方法”·····	202
何颖的列车服务“八法”·····	204
汪惠萍的货运服务“三诚四勤”·····	207
夏雯玉的货运营销工作法·····	209
上海站“劳模工作室”的服务艺术·····	211
胡建菁的“扑灭死信”操作法·····	214
吕国羊的“三勤”、“三不”安全行车法 ·····	216
王樑的“便民热线”·····	218
11185 热线的“四要”、“四心”工作法 ·····	220
俞士海服务队的服务特色·····	222
邮电医院的“红帽子”服务·····	224
东方书报亭的服务举措·····	226
“荣欣装潢”的“五大社会承诺”服务·····	228
“佳园”的菜单式装修服务·····	231
全筑公司的售后服务·····	234
千思维修队的优质服务·····	237
“建配龙”装潢的“信息完全对称”服务法·····	240
外航票务分公司的“三多”服务法·····	243
上海港码头管理中心的稽征统计优质服务·····	245
华江路签证点的“为民、便民、利民”服务理念·····	248
姜志明的“三变”港航监督管理法·····	251

严秋生的“三早一抓”海事执法·····	254
马谋雄的“三严”服务法·····	256
长江汽检的“一、三、五”工程·····	258
长江金杯海狮维修站的“换位服务法”·····	260
“船长号”游船的“三从”服务创品牌·····	263
“海上之家”——苏州号的创新服务·····	265
新鉴真轮客运部用“心”服务五步曲·····	268
后记·····	271

“小郭热线”的“三建三新”服务

“小郭热线”是上海自来水行业的优质服务品牌,隶属上海市自来水市南有限公司,成立于1993年3月8日,是负责处理苏州河以南上海中心城区自来水服务供应“三来”(来信、来电、来访)业务的综合性服务网络。多年来,“小郭热线”热心为民服务,真情为民排忧解难,形成了“解忧、热心、快捷、守信、主动”五大服务特色,受到了广大市民群众的高度称赞。1998年被建设部授予“文明服务示范窗口”,2000年被评为上海市“模范集体”。

为了使“小郭热线”不断适应城市发展和人民群众生活水平提高的需要,2003年市南公司加大投入,重组资源,成立“小郭热线服务中心”。通过“三建三新”,老品牌焕发出了新光彩。

1. 组建服务中心,以全新的人性化理念提升品牌

公司将“小郭热线”单独组建为一个部门,直属公司经理室,承担服务信息中心和指挥中心的职责;选拔一批年纪轻、学历高、素质好的职工充实到热线岗位,并加强了培训;严格遵循服务“三个一”(电话一种声音,受理一个标准,服务一步到位)、环境“三统一”(窗口装饰统一、服装标志统一、设备器具统一)等规范;推出“客户代表制”,代表用户对服务工作进行立项、协调、督办,切实维护用户权益。

2. 搭建管理平台,以全新的信息化技术再塑形象

“小郭热线服务中心”依托三大网络管理系统,建立起综合化的管理平台:一是电话信息网管理系统,实行一个电话对外,市南区域的用户在自来水方面有任何问题,拨打 962626 电话就可以得到满意的解决;二是计算机广域网管理系统,将公司的抄表、收费、养护维修、用水管理和新装业务集中到一个综合管理平台,使公司各部门的运转更为迅捷;三是动态信息呼叫网管理系统,采用 GPS 卫星定位技术,通过屏幕直观了解阀门车、巡检车、小修摩托车的实时动态,再通过定向呼叫,使维护和抢修等服务变得更为及时和准确。这一信息化的管理平台为实现中心的集中受理、应急调度、实时监控等功能,提供了有力的保障。

3. 构建后台支撑,以全新的网络化举措服务社会

一是成立业务发展中心、营业所、管线管理所、养护公司四个热线办公室,作为工作支撑,分别负责新装业务的申请和投诉、表务问题的咨询和报修、用水问题的调查处理以及自来水的抢修等业务,构成了“小郭热线”24 小时的全天候服务。二是发挥“一门式网络化服务”、“陈建民小修组”、“英姿表务队”典型作用,作为品牌支撑,带动服务工作创新创特色,形成了市南公司全方位服务的新格局。2003 年,在上师大等三个小区试点推出“管水到户”服务新举措,对小区用水设施实施一体化、专业化管理,使 1 300 多户居民受益。

“小郭热线服务中心”成立后,服务效率进一步提升。不到一年时间,他们已受理各类用水反映 24 万余件,相当于“小郭热线”过去十年的“三来”总量,处理率达 100%;社会效益进一步提高,确保了冬夏高峰及各大节假日的自来水安全服务供应,共收到用户表扬信和电话 247 件;品牌效应进一步扩大,先后荣获了全国“青年文明号”、“全国三八红旗集体”称号,沪上多家主要媒体近 40 次报道“小郭热线”的事迹。2003 年 11 月 5 日,中央

一台播出的专题片《伟大的创造——创建文明行业巡礼》，也对“小郭热线”作了介绍。

（上海市自来水市南有限公司）

■ 点评 ■

“小郭热线”始终坚持“服务人民，奉献社会”的宗旨，以全新的人性化理念、信息化技术、网络化举措提升品牌、再塑形象、服务社会，建立起覆盖公司所有服务工作的网络，实行“962626”一个热线电话对外，大大方便了用户。“小郭热线”这一知名品牌在发展中不断增添着新的光彩，其品牌效应在服务人民、奉献社会中日益凸现。

张国梁小修服务队的维修服务

在上海的东北地区，活跃着一支被广大用水客户亲切誉为“我们身边的‘水医生’”的张国梁小修服务队。张国梁小修服务队是上海市自来水市北有限公司沪东供水管理所下属的一支专门从事自来水维修服务的集体。几年来，他们凭着出色的服务，荣获了市“文明班组”和局“文明窗口”等荣誉称号。

张国梁小修服务队自建立以来，在融入社区、服务社区、凝聚社区工作中，始终奉行“客户至上、奉献社会”的宗旨，坚持“以服务为根本、以客户为中心、以凝聚社会为目的”的服务理念，为本市杨浦、虹口及宝山部分地区近 60 万户水表的维修服务。目前有队员 12 名，其中党员 2 名。为满足不同服务对象和服务层次的需求，他们先后推出了“扬招服务”、“24 小时全天候承诺服务”、“急修 2 小时承诺服务”等特色服务。他们在对外服务中始终坚持信誉至上，实行“三、四、五”工作法，即“三心”、“四个一”、“五个要”。“三心”是指在服务中必须做到对待客户热心，维修工作细心，解答询问耐心；“四个一”是指在维修结束后做到“弄脏的地方揩一揩，维修垃圾扫一扫，地面水迹拖一拖，物品摆放理一理”；“五个要”是指服务过程中做到“上门服务要和气，征求意见要诚恳，维修服务要仔细，介绍节水、保养知识要详细，遵守纪律要自觉”。