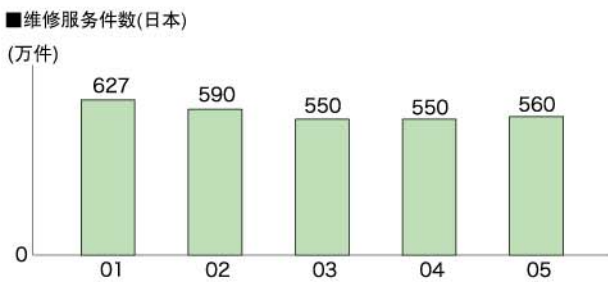


维修·服务

思路

关于维修·服务的思路

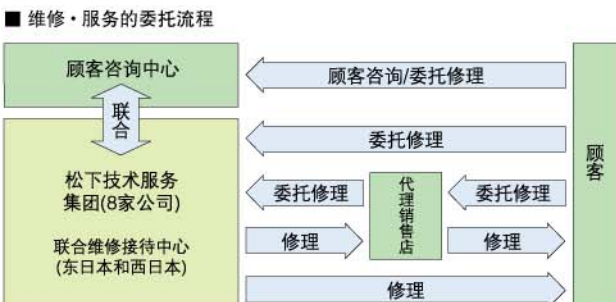
从有效利用资源、削减废弃物的角度出发，为了通过维修使产品能长期使用，松下集团立足于“顾客至上”的理念，建立了产品开发和维修服务的机制，并不断加以完善。在日本的维修服务件数从2000年度以后呈现逐渐减少的趋势。其主要原因是，由于产品的质量、功能及节能性能方面均有所提高，且产品的价格变得更加低廉，使客户感觉维修费用相对较高，因此有更多的客户选择直接更新换代而不是进行维修。但是，最近随着客户认为“这是一种浪费行为”的观念意识上的转变，以及松下建立并完善了快速应对的维修服务体制，再加上空调使用量的增加所带来的维修增加等因素，使得2005年度的维修件数比2004年度增加了10万件。



活动1

维修·服务体制

在日本，松下集团的代理销售店作为与顾客联系的主要窗口进行维修和服务活动，其活动以与地区联系紧密的约2万家地区专卖店为中心展开。另外，全年365天营业的“顾客咨询中心”，以及分布在日本全国8个地区的松下技术服务集团设在东日本和西日本两地的“联合维修接待中心”也可以接受来自顾客的维修委托。这样，除了可以通过地区专卖店接收部分高难度的维修之外，还可以由距离最近的松下技术服务集团派遣人员进行迅速的维修处理。



有效利用运行管理系统进行快速维修

为使客户能长期使用松下的产品，需要为客户提供快速而又低价的维修服务。近畿松下技术服务株式会社于2003年开发了IT技术，松下集团计划在2006年度将通过此技术支持的“运行管理系统”推广至全日本。该系统针对来自顾客的维修委托，可以通过电脑对维修日程的调整、预约的确认、维修所需备件的调配等业务进行管理。并且，该系统还可将过去的维修信息整理成数据库，为缩小可能造成故障的原因范围和列举出可能性较高的故障原因以及迅速调配维修备件等方面提供了帮助。

活动3

提高维修服务技术和对消费者的启发

技术部门在设计之初就已将零部件应易于更换的因素考虑进去，以应对意外故障的发生。而另一面，为了提供令顾客满意的维修服务使顾客能长期使用松下产品，提高直接与顾客接触的客服人员的技术、知识和经验及将其进行共享就尤为重要了。目前，维修部门正在努力提高技术水平。

为使顾客能正确有效地使用电子产品，本公司除了通过公司网站和说明手册等为顾客广泛提供信息之外，还召开面向消费者代表的培训讲座，帮助消费者提高环保意识。

URL panasonic.co.jp/cs/kaden/ (日文)

今后的目标

倾听客户心声、完善产品制造

本公司在具有显示功能的产品中设置了一种自我诊断显示功能，即当产品停止工作时，其自身能够准确地判断并显示出故障原因。此外，本公司在尽量简化功能以减少故障出现概率的同时，还着眼于任何人都可以操作的人性化通用设计，努力用心创造产品。

顾客对产品的功能、质量、操作等方面的反馈意见以及对维修服务的意见，均由专门部门每天进行分析和信息共享，并充分反映到松下以产品和服务为主的经营活动中去。