

2012 家居企业 售后服务质量调查报告

网易家居 2012.3.8

家居产品同质化日趋严重，家居品牌的竞争由围绕产品质量和价格的竞争，演变为服务水平的竞争。为检验家居行业各大品牌的客服水平，网易家居特别策划“315家居企业售后服务调查”，本着公正客观的原则，对家居十大门类251个品牌做了详细的电话调查检验，得出一份行业售后服务质量数据报告。期望以此帮助家居企业发现服务中的问题，提升家居行业售后服务水平。

网易家居
home.163.com

目录

一、调查目的和评分标准.....	2
1.1 调查背景	2
1.2 调查概况	2
1.3 评分标准	3
二、调查结果概述.....	4
2.1 十大行业平均分比较	4
2.2 十大行业售后电话免费率比较	5
2.3 十大行业售后电话接通率比较	6
2.4 十大行业售后电话接通率比较	7
2.5 十大行业售后电话问题解决率比较	8
三、分类别详述.....	10
3.1 厨电篇	10
3.2 家具篇	13
3.3 瓷砖篇	18
3.4 卫浴篇	23
3.5 橱柜篇	28
3.6 衣柜篇	31
3.7 地板篇	35
3.8 油漆涂料篇	39
3.9 壁纸篇	42
3.10 门窗篇	45
四、售后服务建议.....	50

一、调查目的和评分标准

1.1 调查背景

2012 年 315“国际消费者权益日”即将到来，今年的主题是“消费与安全”。家居行业虽然是低关注度行业，但和百姓生活息息相关。每个家庭或多或少都会接触到装修，购买建材、家具和家电。

家居产品同质化日趋严重，家居品牌的竞争也由围绕产品质量和价格的竞争，演变为服务水平的竞争。近年来，一些家居品牌率先树立先行赔付、尾款作保、30 天内免费退换、免费检测等各具特色售后服务，引发各个品牌跟风，大打“服务”牌，希望拉近与消费者的距离，从而增加销售量。

尽管如此，售后服务不到位，出现问题后商家一再拖延、拒绝赔付，商家未承担应该承担的责任……这些行业弊病依然挑动着商家敏感的神经，也让一些遭遇售后问题的消费者叫苦不迭。

1.2 调查概况

为检验家居行业各大品牌的售后服务水平，2011 年网易家居特别策划“315 家居企业售后服务调查”，得到消费者、消协、企业等多方认可。2012 年网易家居继续推进这一品牌活动，并将调查行业类别从 2011 年的 7 个增加到 10 个，调查品牌数从 2011 年的 145 个增加到 2012 年的 251 个。网易家居调查人员分别在工作日和休息日三个不同时间段，在不提供保修卡和发票的情况下，模拟网友遭遇的产品质量问题，对企业的售后服务品质进行调查，从而获得了这样一份特殊的调查报告。尽管这种抽样随机式的暗访无法全面反映某一品牌客服的整体水平，但却可以帮助我们发现不少问题。期望以此帮助家居企业发现服务中的问题，提升家居行业售后服务水平。

为能尽量公正客观的反应行业的整体服务水平，网易家居精选了网友投诉问题较集中的瓷砖、卫浴、衣柜、橱柜、家具、地板、厨房电器、油漆涂料、壁纸、门窗十个类别，每个类别的调查品牌基本覆盖一线品牌，及较知名的二线品牌。调查数量为：家具品牌 71 个，瓷砖品牌 34 个，卫浴品牌 29 个、橱柜品牌 26 个，衣柜品牌 23 个，地板品牌 20 个，厨房卫浴家电品牌 12 个，门窗品牌 15 个，壁纸品牌 11、油漆涂料品牌 10 个，品牌总数为 251 个。

1.3 评分标准

评分项目从能否方便快捷找到售后服务电话、售后电话是否收费、电话接通率、服务态度、投诉是否能得到专业解决方案这五大方面进行打分。分别在一个工作日的上午、一个工作日的下午和一个周末进行拨打，每次拨打详细记录得分和点评。三次拨打电话的分数进行相加，得出最后的总分。

计分标准：

项目	分值	说明
官网是否有服务电话	11分	无官网，无服务电话皆为0分
服务电话是否收费	5分	官网有全国统一的800免费电话、400、9510免漫游电话得5分，其余电话得0分
电话是否拨得通	45分 (三次，每次15分)	分三个时段拨打，工作日上下午各一次，节假日一次；每个时段拨不通，时段内会重拨两次，响断为止。
服务态度	15分（三次，每次分ABC三档）	A:5分 服务态度良好为A
		B:3分 服务态度一般为B
		C:0分 服务态度恶劣，或打不通的当次态度为C
能否解决问题	24分（三次，每次分ABC三档）	A:8分 A：一站式解决，或提供详细指引，指向其内部部门或经销商解决；
		B:4分 B：让用户自己找配件，自行维修；
		C:0分 C：简单回绝
(注意，厂商提出收费也是合理要求，不影响计分)		

二、调查结果概述

整个售后服务电话品质调查持续了两周，调查结果显示，厨卫电器的售后服务蝉联家居行业售后服务冠军，售后服务电话的免费率、接通率、服务态度好频率、问题解决率以及平均分各项指标均排在十大行业的首位，足见家电行业的客服体系依然值得其他家居行业学习和借鉴。

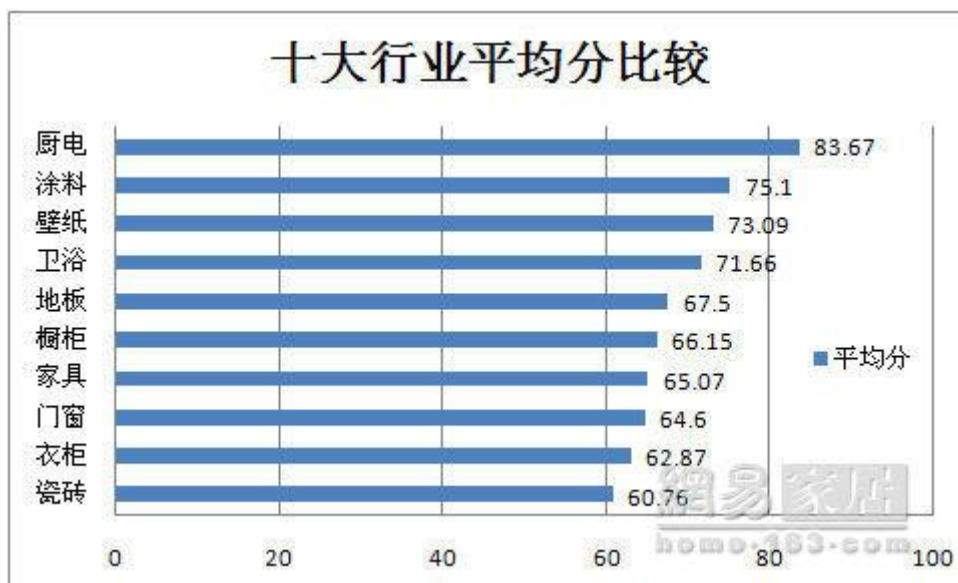
值得一提的是，厨卫电器行业售后服务各项指标连续连年获得第一的同时，瓷砖行业售后服务的各项指标依然排在倒数第一位。瓷砖行业今年的平均得分在及格的边缘。售后服务电话免费率、接通率、问题解决率较去年均有所提高。

卫浴行业今年扩大了调查基数，从总体来看，卫浴行业的售后服务电话免费率接近九成。调查结果显示，广东和一些国外品牌的售后服务水平较高，如：恒洁卫浴、箭牌卫浴、法恩莎卫浴、安华卫浴、TOTO、科勒等服务品质较好。福建卫浴品牌除九牧卫浴得满分外，其余得分均不高。

由于今年扩大了家具行业的调查范围，家具行业的得分情况也不理想，平均下降 13 分。家具行业调查数据显示，总分不合格企业数量接近四成，其中不乏知名企业，如：健威、迪信、非同、喜梦宝、双虎、城市之窗、迪诺雅、猫王等。

今年新增了涂料、壁纸、门窗三个行业，涂料行业的各项指标比较靠前。

2.1 十大行业平均分比较





从平均得分来看，厨房卫浴电器以 83.67 分拔得头筹。平均分在 70-80 分之间的行业有 3 个，分别是涂料、壁纸、卫浴。与去年调查相比，今年所调查的十个行业平均得分均在 60 分以上，瓷砖行业仍然排在倒数第一位。

2.2 十大行业售后电话免费率比较





从免费率来看，调查的 251 个企业官网上发现，所有企业都留下了统一的联系方式，但不少还需要通过总机转接才能找到售后服务热线。有的企业则会直接明了注明售后热线，方便用户一步到位解决为题。

调查结果显示：9 成厨房电器企业、地板企业，8 成以上的卫浴企业、橱柜企业、门窗企业、涂料企业提供 400、800 或 9510 的免费或免漫游费的售后服务热线。与去年相比，各个行业在售后电话免费率上均有所提升。新增的调查类别门窗和涂料，均有八成的企业提供免费售后热线。

售后电话免费率较低的行业是壁纸和瓷砖行业，究其原因，大多数的壁纸和瓷砖企业都依赖当地经销商做好售后服务，而企业本身对此的重视程度不高。

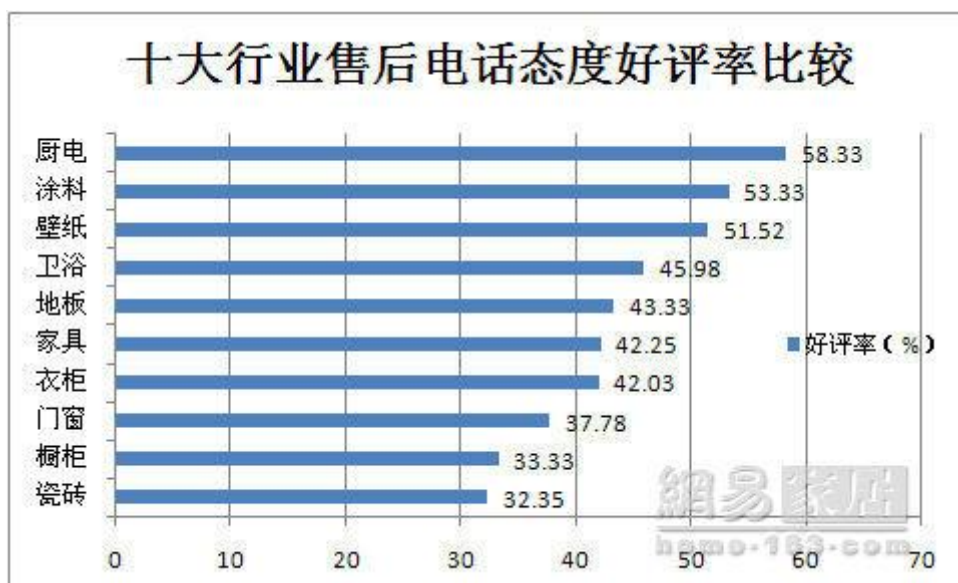
2.3 十大行业售后电话接通率比较





从接通率来看，十大行业都给交出及格的答卷，其中，厨电、壁纸、涂料，接通率在 80 以上。调查中发现，如在周末拨打热线电话，不少门类都会遇到忙音多的状况，要多打几次才能接通。也有企业的热线一直处于忙音状态。

2.4 十大行业售后电话接通率比较





从服务态度来看，十大行业服务态度得 5 颗星好评的差距不大，好评率占 5 成以上的是有厨电、涂料、壁纸三大行业。从整个调查情况来看，厨电行业客服人员态度较好，专业知识储备比其他行业要强，不少接线员能当场解释问题可能出现的原因，并且提供专业的技术人员进行指引维修，但是一些厨电大品牌的客服，如：海尔、美的客服硬要先问出投诉者的家庭住址或者其他个人信息才回应消费者反映的问题，未能在第一时间解答投诉者的疑问，所以调查人员在态度好评方面扣了一些品牌的分。至于门窗、橱柜和瓷砖三大门类的服务态度则差强人意。

2.5 十大行业售后电话问题解决率比较





消费者投诉除了注重品牌的服务态度外，更看重的是所反馈问题能否得到有效解决或指引，在投诉问题解决率的比较中，我们发现，服务态度的好坏和能否解决问题并不成正比。有的企业虽然态度很好，但是是在敷衍消费者，推卸责任，要么让消费者找当地的经销商，要么让消费者自行解决，多方“踢皮球”。在这一项的调查中，厨电行业的问题解决率遥遥领先，究其原因，家电行业在整个家居行业中是最为成熟的行业，很多厨电品牌在全国各地都可以联保，都专门的售后服务点，客服人员也能专业的指引消费者处理这些问题。其他行业问题解决率均不及格。

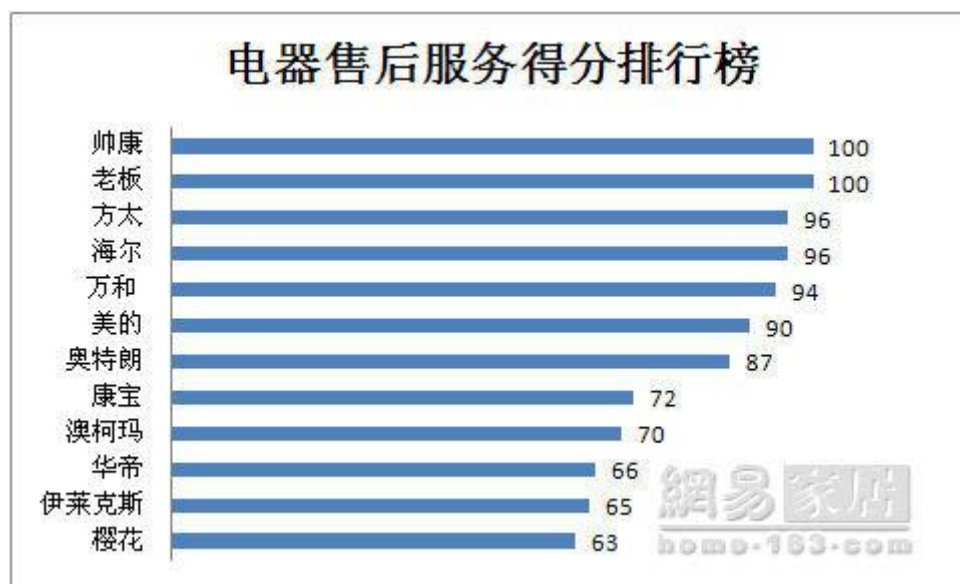
今年的调查中，各个行业的售后服务好评率均有所下降，客服人员与消费者之间除了简答的售后服务关系外，一些企业也开始考虑消费者的情感因素。在遇到脾气不好的消费者时，站在消费者的立场考虑问题，为消费者解决问题。本次调查中，调查人员均有故意刁难客服人员的情况，总体而言，厨卫电器行业和卫浴行业的客服人员在这与消费者情感交流方面做得比较好。壁纸、瓷砖、门窗行业的一些客服人员，直接对调查人员说，“我们只服务经销商，不服务消费者”。越来越多的企业开始意识到售后服务的升级必将成为行业下一步竞争的重点方向，服务水平将成为考验企业竞争力的重要指标之一，但真正对售后服务的投入却不如人意。真正的优质售后服务不是流于表面，而是提升到品牌竞争力的高度系统化实施。

三、分类别详述

3.1 厨电篇

2012 年网易家居特别策划“315 家居企业售后服务调查”。历时两周的调查显示，厨卫电器行业蝉联家居行业售后服务冠军，是 10 个家居行业中唯一一个平均分超过 80 分的行业，足见家电行业的客服体系依然值得其他家居行业学习和借鉴。但今年厨卫家电行业各项指标相较去年均有所下降。

厨卫电器行业蝉联售后服务冠军

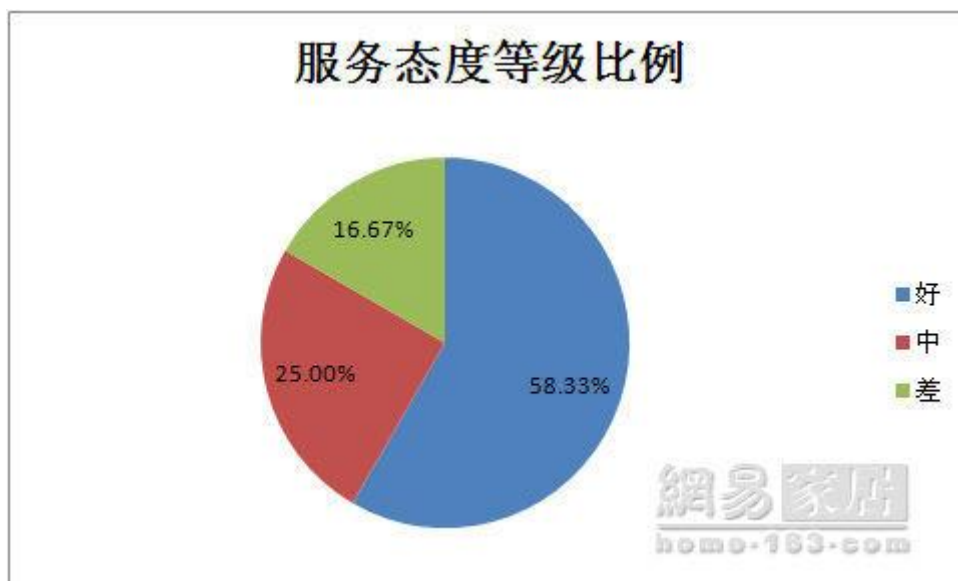


此次调查的 10 个家居行业的售后服务情况，厨卫电器行业取得 83.67 的平均分，售后服务蝉联冠军。在调查的 12 个品牌中，帅康获得了满分的成绩。调查人员发现，厨卫电器行业的售后服务人员专业知识储备比其他行业强，不少客服人员当场就能解释投诉问题的原因，并能提供专门的技术人员进行指引维修。老板、帅康建立了完善的用户信息体系，将用户购买产品时留下手机信息建档，方便追踪查询每单销售的产品。

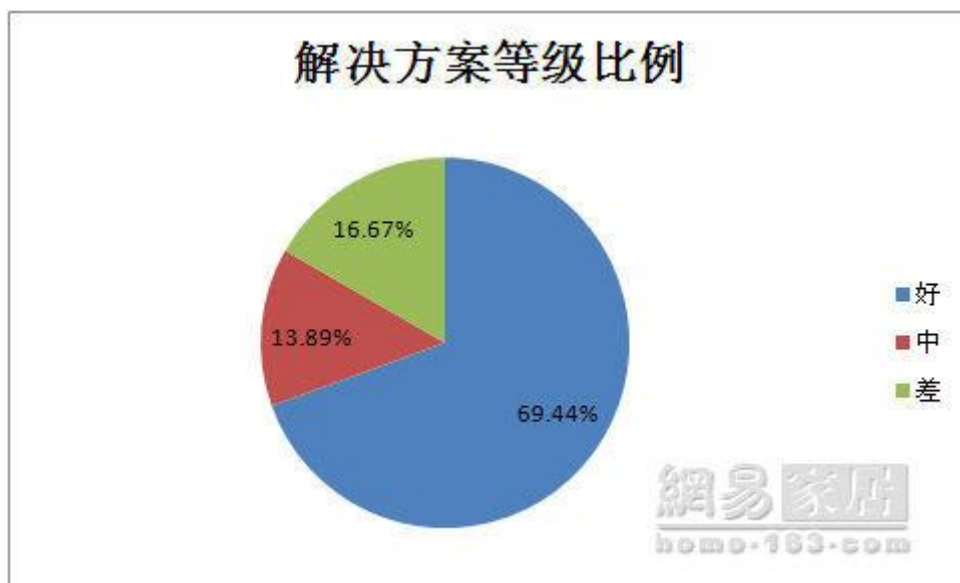
厨房电器三大件分别为：灶具、消毒柜、抽油烟机，卫生间电器主要是热水器。由于厨卫电器在使用过程中会消耗水、电、煤气、天然气等，使用的危险性比普通家电要高，因而，安全性成了衡量产品质量好坏的重要指标。如果厨房电器存在安全隐患，那消费者健康安全就无法保障。本次调查模拟的问题也主要厨卫电器产品的性能出发。

与 2011 年相比厨卫电器各项指标均有所下降

尽管厨卫电器在此次调查中，平均得分最高，但得满分的企业从去年的 5 个减少为 2 个，帅康、老板取得满分成绩。此外，今年厨卫电器行业售后调查的平均分、免费率、接通率、问题解决率、态度好评率等指标均有所下降。其中态度好评率下降了 21.67%。



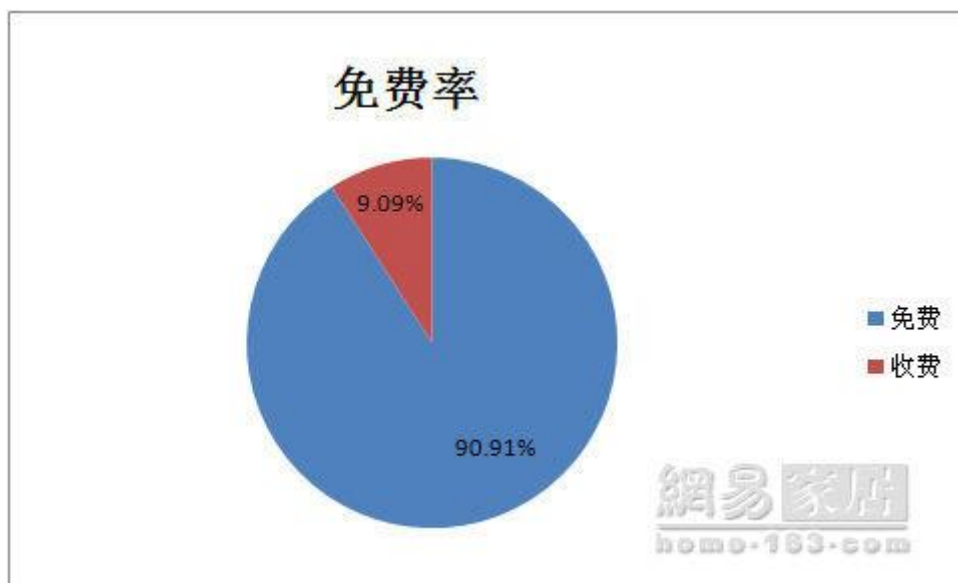
客服人员不顾投诉者感受，一味询问个人信息也是此次调查“态度好评率”不高的原因之一。大品牌的客服人员通常接到电话后，就会要求投诉者留下家庭住址、购买地址以及购买时留下的电话。这样做确实能方便之后上门服务以及产品的维修和更换。美的、海尔、华帝的客服人员接到电话后，会不停询问投诉者的家庭住址及购买时留下的电话号码。海尔的客服人员也会要求投诉人员留下个人相关信息，但在调查人员不提供信息只投诉问题的情况下，也能做详细备案。



此外，一些品牌客服人员不够专业，态度前后变化大，如伊莱克斯的客服人员一听说“忘了在哪里买的保修单不在身上”，态度就开始蛮横起来，但最终还是能提供经销商的信息。

得分在 80 分以下的 5 个品牌：樱花、伊莱克斯、华帝、澳柯玛、康宝，除客服人员语气生硬服务态度意识不强外，被扣分项目主要集中是三次调查中有一次电话无法接通，不能第一时间为消费者解决投诉问题。





厨卫电器行业客服整体水平较高，接通率与去年相差不大，免费率高达 9 成多，大部分的企业能提供“400”、“800”、“9510”免费电话，今年调查的 11 个品牌中仅樱花未能在其官网提供免费的全国售后服务电话。

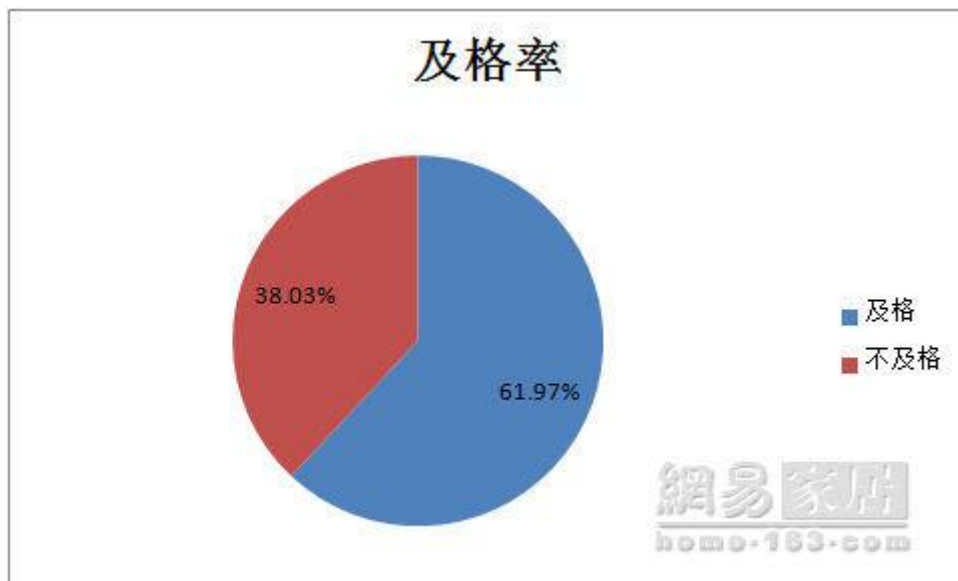
3.2 家具篇

调查结果显示，家具行业售后服务平均得分 65.07 分，在调查的 10 类家居行业中，排名位于中下游。家具行业调查数据显示，315 售后服务调查不合格企业数量接近四成，其中不乏知名企业，一些企业今年与去年数据比较竟有大幅度下滑。

不及格率较去年上升两成



3 月份家具行业各大展览会即将全面启动, 针对展会企业纷纷做好冲刺的准备, 面对经销商, 家具企业使出浑身解数务求获得更多订单, 但针对消费者的服务是否会因此被忽略? 在这非常时期, 针对家具行业投诉最多的产品质量问题, 如: 实木产品表面开裂、沙发坐垫塌陷、电视柜门板螺丝松脱等问题, 网易家居调查人员分别在工作日、休息日三个不同时间段, 在不提供保修卡和发票的情况下, 模拟网友遭遇的产品问题, 对七十一家一二线家具企业售后服务品质进行调查。评分项目从能否方便快捷找到售后服务电话、售后电话是否收费、电话接通率、服务态度、投诉是否能得到专业解决方案这五大方面进行打分。每次拨打详细记录得分和点评。三次拨打电话的分数进行相加, 得出最后的总分。



今年网易家居扩大了家具行业调查企业的基数, 从去年的 30 家调整至 71 家。今年总分在 60 分以上的企业有 44 家, 占总数的 61.97%。不合格率为 38.03% 接近 4 成, 在总分不及格的企业当中, 不乏业界知名品牌, 如: 健威、迪信、非同、喜梦宝、双虎、城市之窗、迪诺雅、猫王等。而去年不合格率为 16.67%, 今年较去年大幅上升超过 2 成。

电话免费率依然偏低



与 2011 年 70% 的客服电话免费率相比，2012 年 67.61% 的客服电话收费率略有下降，在这一年的时间里，企业的服务意识从客服电话方面来看还没有很大的提高，许多企业的客服电话只针对经销商，在面对消费者关于产品质量资讯的时候态度显得不耐烦，急于把服务的责任推给经销商，急于结束通话的情绪明显流露。有的企业明显感觉是没有设置专门的客服人员的，随时安排一个工作人员来接听电话，简单记录下客服需求，用词，语气均十分不专业。

电话无人接听形同虚设

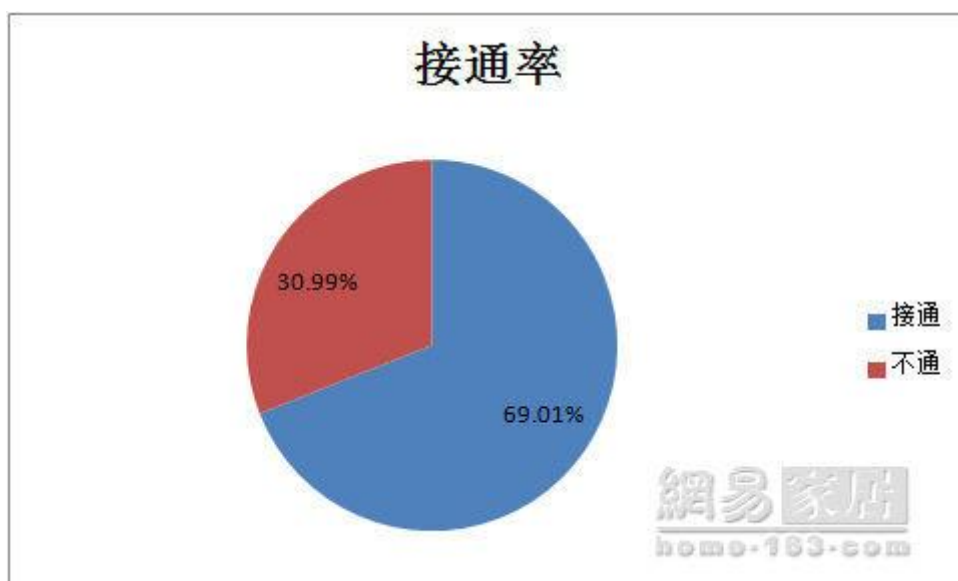


去年获得高分值的企业大部分在今年持续领先，保持良好的服务水准。但也有意外大幅下滑的企业，如去年获得 91 分高分的成都双虎，这次的调查竟获得 44 分的不及格低分，主要原因是其中数次拨打客服均无人接听，包括工作日的拨打也是如此。而此前获得 72 分尚算良好的城市之窗，今年分数狂跌至 16 分，原因是所有拨往公司客服的电话均无人接听，

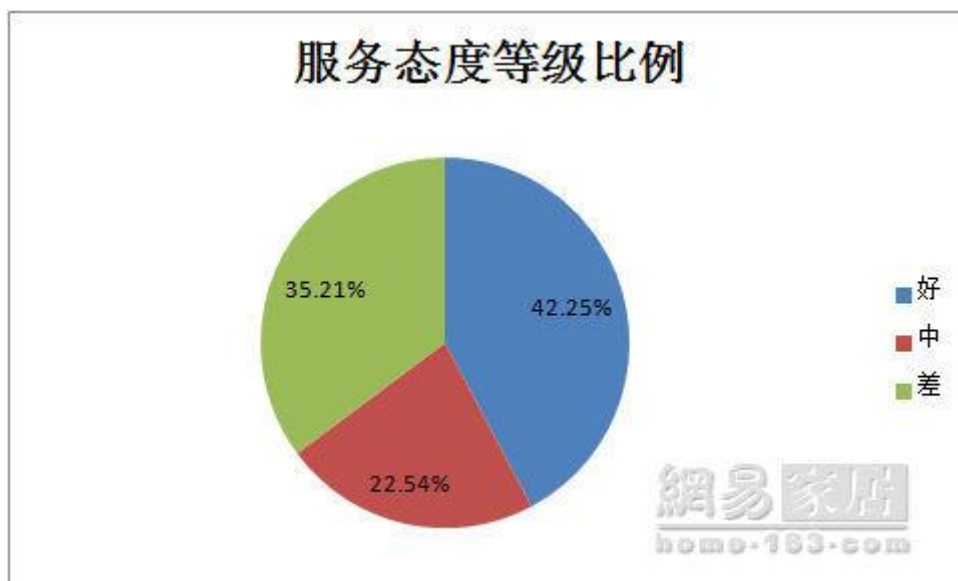
这与去年基本都能接通的情况大相径庭。也有企业较之去年有了长足进步，例如去年仅获得 39 分的芝华士在今年一跃获得 96 分令人相当满意的分数。



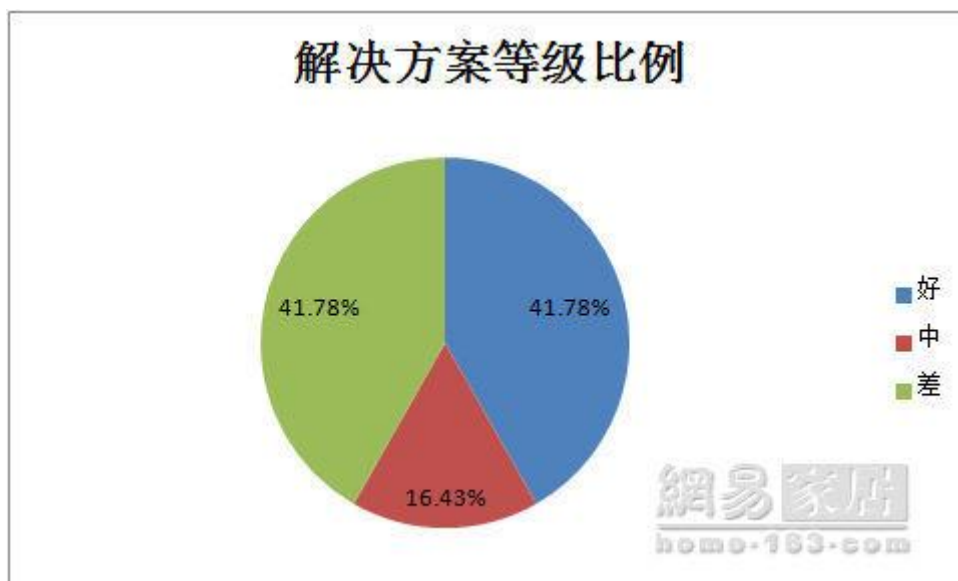
得到满分 100 分的企业有三家，他们分别为皇朝家私、美克美家与慕思寝具，而 90 分以上的企业依次还有林氏木业、百强、恋尚家、唯真、左右、喜临门、顾家、松堡王国、芝华仕、卧王、曲美、富之岛及美盈。这 16 家企业除了卧王以外全部开通 400 或 800 免费客服电话，每一次包括节假日的投诉电话都能够打通，相关客服人员的态度，专业性方面都表现优异。获得满分的皇朝家私客服人员能够主动引导消费者解决问题；美克美家的客服系统不需要顾客提供单据号，只要报上当时记录的手机号便可立刻调出顾客资料，并提供多项免费服务，值得称赞；而慕思则是在接到第一个客服电话以后，由值班客服人员记录，短时间内便有专人主动回复电话联系顾客，提出详细的解决方案，十分贴心。



服务态度好评率不足 50%



家具行业的客服电话接通率偏低，服务态度评价为好的电话服务只占 42.25%，有高达 35.21% 的客服态度恶劣，对消费者不耐烦。而这些电话多数是自称只为经销商服务的，有问题请直接联系专卖店。一些客服人员接电话时似乎刚从睡梦中醒来，从互动的对话中可以感觉到他们为能尽早结束投诉电话而感到庆幸。当顾客追问解决办法的时候语气生硬，冰冷，而当顾客偃旗息鼓的时候客服态度立即趋向温和，友善且愉悦地说出“再见”。



解决方案当中，好的解决方案跟差的解决方案都同样占 41.89%，接通的电话里，客服多数都能给出解决方案，通常是先会让专卖店派请家具师傅前往顾客家了解情况，也有部分品牌提出让消费者拍下照片，发往经销商或厂商，以作判断。

3.3 瓷砖篇

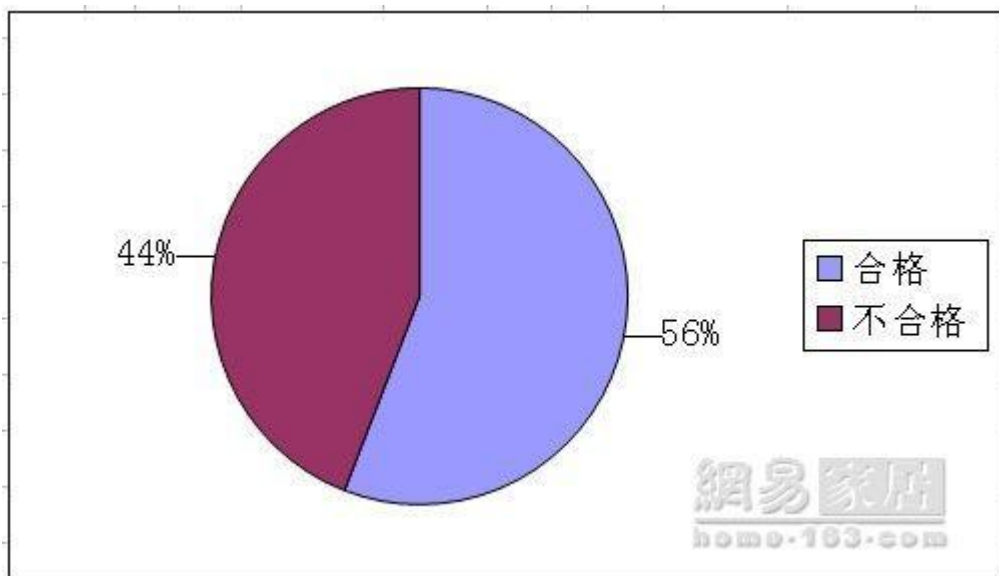
调查结果显示，瓷砖行业售后服务平均得分 60.76 分，刚刚合格，行业售后服务水平整体低于其他家居行业。其中售后服务问题解决率仅为 43%，一半以上的诉求均无法解决。

瓷砖行业服务态度整体较差

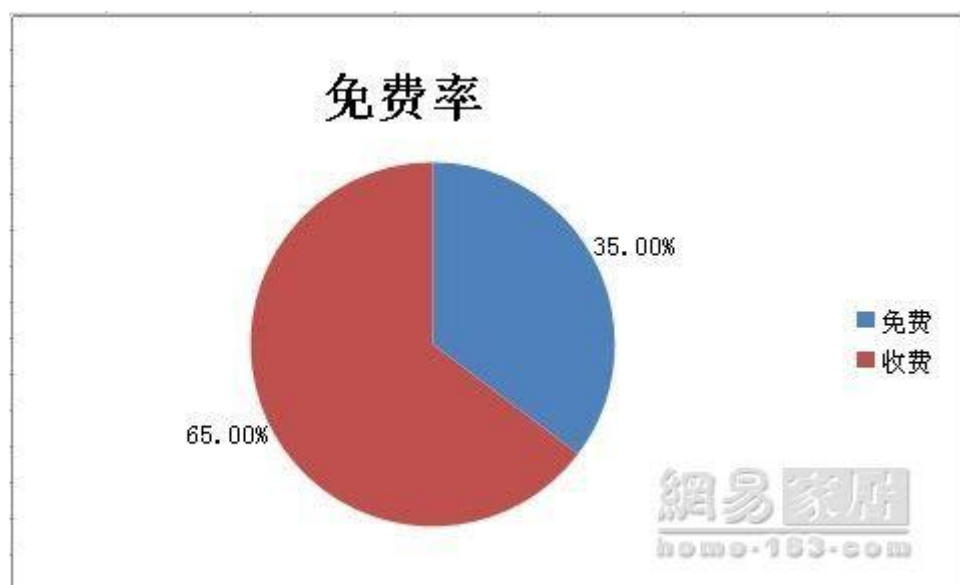


瓷砖作为一个半成品，从商家到消费者家里要经过运送、铺贴、施工等流程，各个流程处理稍有不慎都会影响产品最后的效果。而在众多消费者投诉中，瓷砖有色差、使用后局部发黄等问题时有发生，本次调查就从这几方面问题入手，模拟瓷砖遇到类似情况，通过拨打售后服务电话寻求解决。

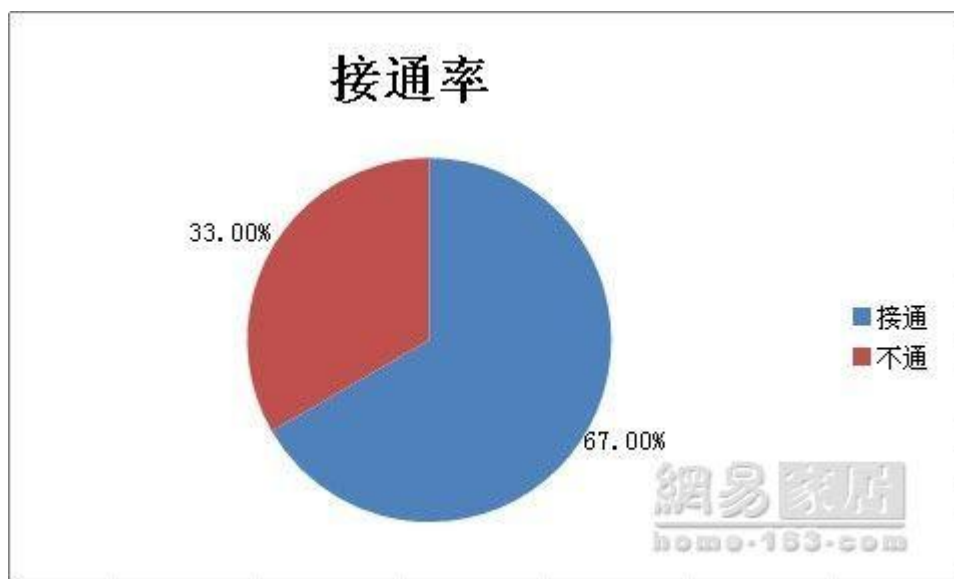
今年瓷砖行业售后服务调查同样将覆盖品牌进一步扩大，将去年的 28 个品牌扩大到 34 个品牌，从整体效果来看，瓷砖行业在综合平均分、接通率、免费率以及问题解决等方面均同比去年有所改善，其中企业综合得分合格率也从去年 50% 增长到 56%。但态度好评率下降了近 10%，仅为 32.35%，与卫浴行业的 46% 相差甚远。



免费售后服务少 客服大多不专业

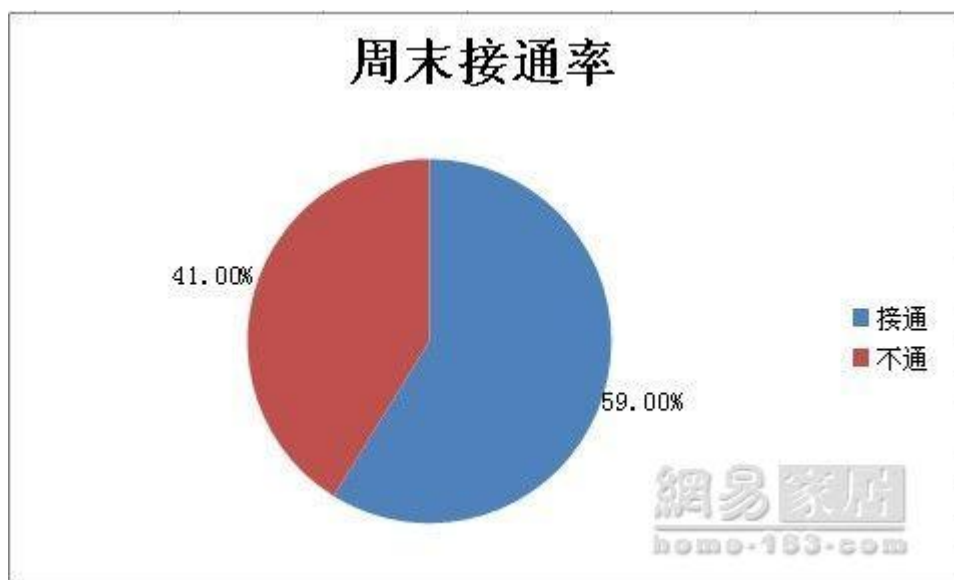


值得一提的是，2011 年瓷砖行业免费服务电话比例仅为 18%，今年免费电话增长到 35.25%，体现出瓷砖企业对售后服务关注度正在不断加强，但与卫浴行业高达 90% 的免费率来说，瓷砖企业能提供免费售后电话的仍属少数，众多售后服务电话要打到厂家经过多重转接才能解决问题，给消费者带来不便，瓷砖企业未来在这方面仍需继续加强。



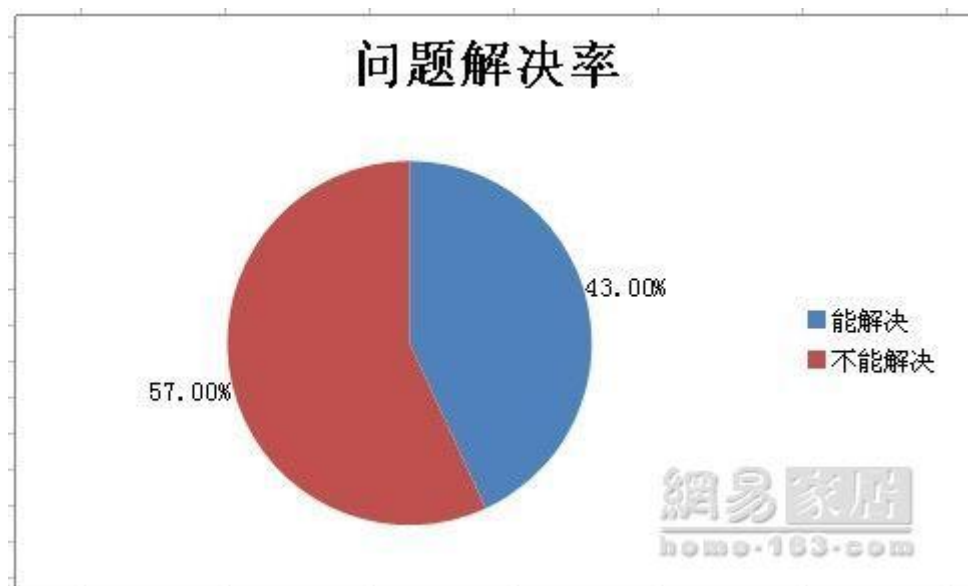
调查人员发现，由于大部分瓷砖企业没有专门的免费售后服务专线，其售后电话都是公司总部电话兼顾，客服流动较大，接通率相对较低。在拨打金舵陶瓷、亚细亚瓷砖、简一陶瓷、斯米克等企业售后电话时，均要转接才能连线到专人服务，而部分企业转接电话和处理业务时等待时间太长，考验消费者的耐心。

部分客服也没有太多专业针对服务，对消费者的意见和投诉都采取推诿等招数，有问题找经销商是这些企业客服普遍的答复，不能提供其他更好的解决方案。



瓷砖企业客服电话周末接通率更加低，只占了调查企业不到 60%的比例，能够解决问题的仅为 47%，瓷砖行业周末售后服务需加强。

客服电话转接三次 问题仍无解决

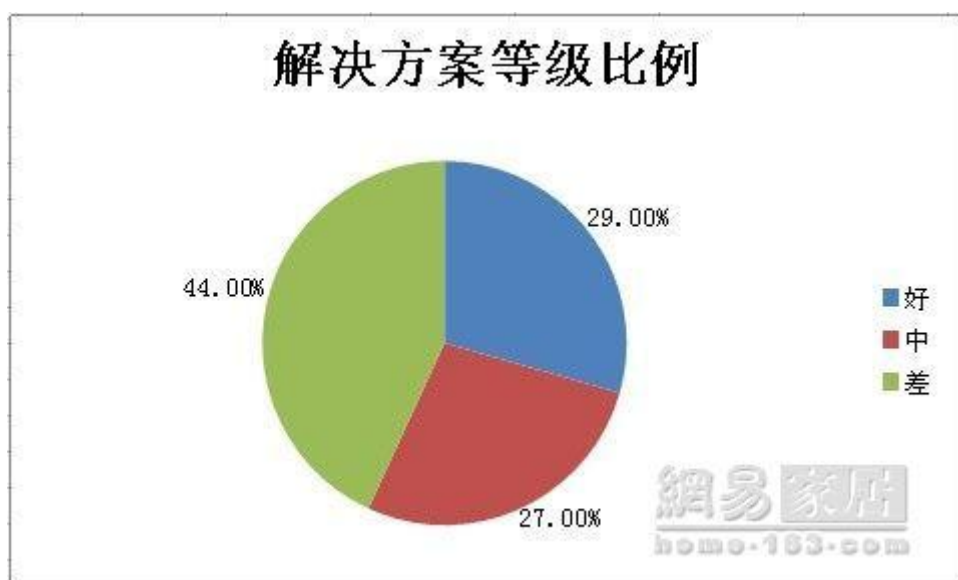
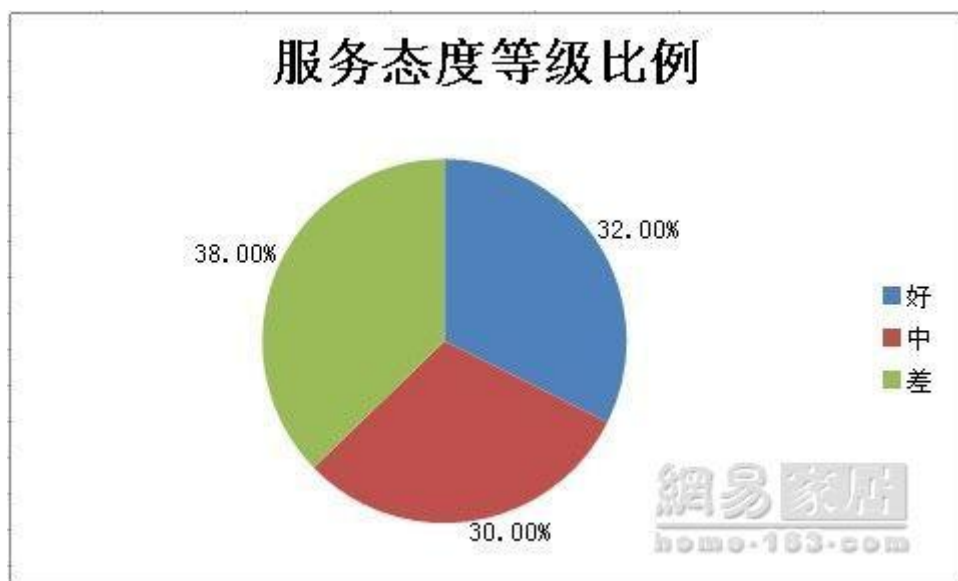


总调查数据显示，瓷砖行业总体问题解决率仅为 43%，普遍低于电器涂料等家居行业，这个数据也暴露出整个行业在售后服务上的短板。

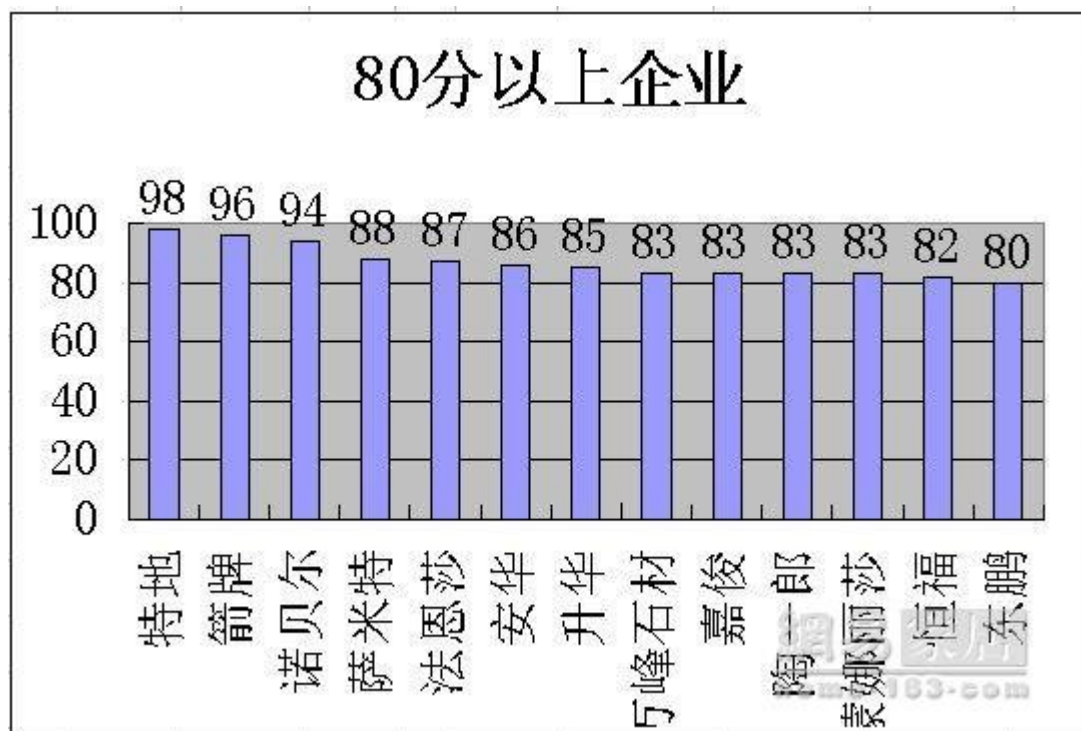
调查人员拨打某知名瓷砖品牌时，客服人员出现推诿和犹豫，对调查人员反映的开裂问题，坚持说不能换，面对消费者提问，也没有提供解决方法，只让消费者找到售货的人员进行反映，并没承诺能解决。还有企业客服对消费者说“有问题直接找经销商，厂家客服不直接对消费者”，在客户还没挂电话的时候就先挂电话，态度恶劣。

类似以上态度恶劣不能解决问题的个案在不少企业客服中都有出现，像兴辉、亚细亚、金舵等企业客服态度都不甚友好。调查人员拨打兴辉陶瓷客服热线后，电话经三次转接，等待了三分钟有多，最后电话转接到企业广州跟单处，问题还没说完就被告知“打错了。”企业对售后服务的忽视可见一斑。

服务态度与解决方案差评率达四成



从服务态度等级比例与解决方案等级比例可以看出，差评率均约四成，差评率非常高。能够态度好并解决消费者遇到问题的不足三成。接近 20%的企业综合得分为 40 分以下，其中包括欧亚、欧神诺、大将军、博华、强辉、斯米克等企业，多次拨打售后电话无人接听是失分原因，这也体现出这些企业不作为的“零售后”的作风。



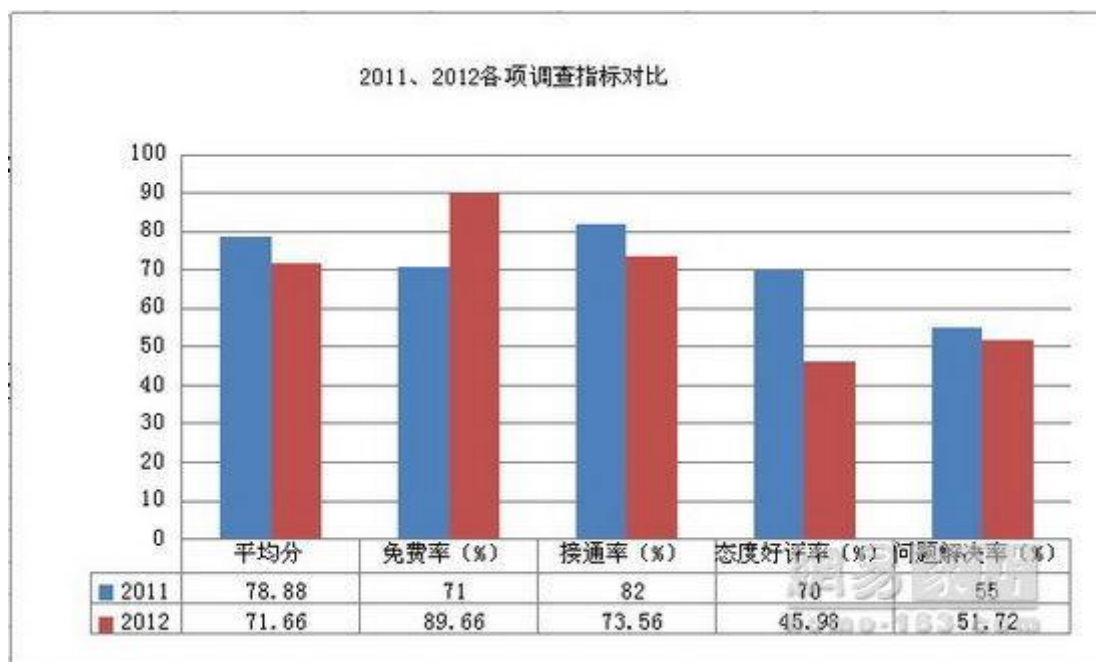
由于瓷砖产品特性，消费者在使用过程中遇到问题企业客服首先都会先指向经销商解决，这也符合一般的售后服务流程。但厂家作为经销商总代理等坚强的后盾，在遇到消费者反馈问题的时候也要拿出应有的气度和服务。特地、东鹏、蒙娜丽莎、诺贝尔、萨米特、万峰、嘉俊、马可波罗、鹰牌等企业客服在服务态度以及解决方案上就表现不俗。其中，鹰牌陶瓷的男客服在得知消费者家中瓷砖发黄后，不仅介绍了原因，还瓷砖正确使用方法，并建议做瓷砖养护，实在处理不到找消费者联系厂家协商解决，让消费者清楚明白。

但不少客服理所当然地认为消费者产品出问题应当自己联系购买产品的经销商，作为客服居然“我无法帮你解决问题。”其处理方式偏离了售后服务热线建立的初衷。瓷砖作为半成品，企业需要为消费者提供更多更贴心的使用指导和服务，无论在售前还是售后，品牌口碑不是企业吹自己出来的，而是消费者长时间口口相传沉淀下来的，从售后服务来看，大部分瓷砖企业仍需不断加强。

3.4 卫浴篇

今年卫浴行业售后服务调查从去年的 17 个品牌扩大到 29 个品牌，调查显示，今年卫浴行业各项表现均有下降，其中平均分从去年 78.88 分下降为 71.66 分。部分厂家会遇到消费者反映情况直接将责任推给经销商，对消费者的问题不能有效解决，有些客服甚至连当地经销商电话无法提供，要求消费者“自己再找找”，客服电话形同虚设。

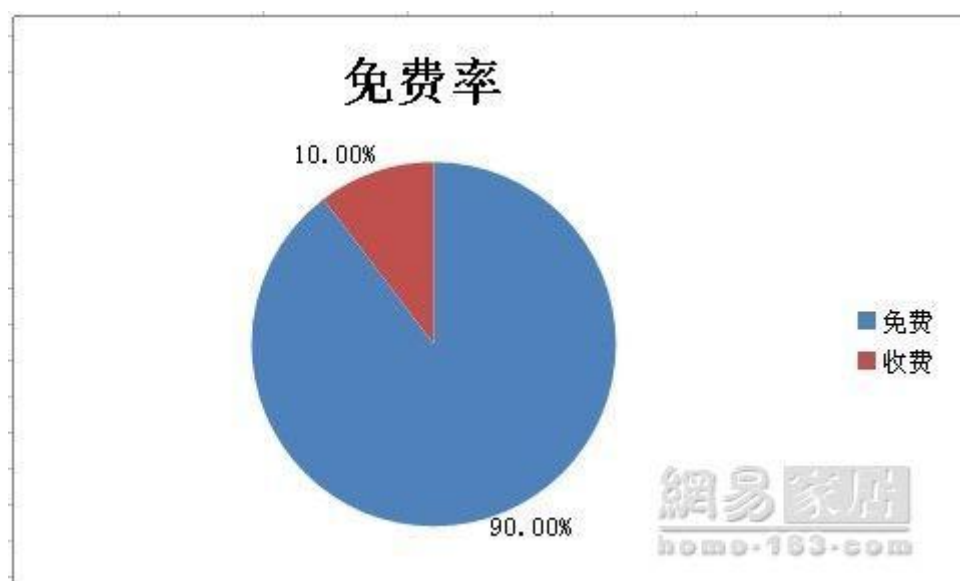
卫浴行业售后服务表现有所下降

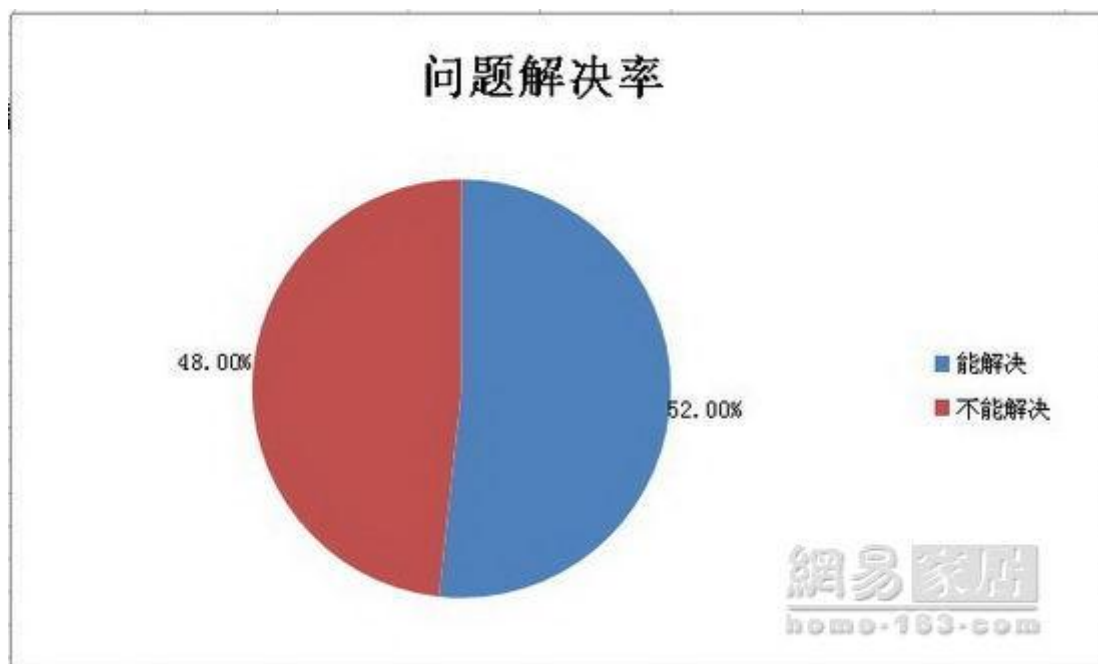


目前卫浴市场处于竞争激烈阶段，各大企业从生产实力、品牌影响力以及终端覆盖等多方面对市场进行抢占，售后服务作为产品使用的后期服务维护，是消费者对品牌口碑评价的重要一点。但部分企业在售后服务方面往往有所忽略。

在日常使用过程中，座便器漏水，裂缝等问题时有发生，消费者在遇到这些使用问题的时候，都会希望得到像售前一样周到的服务。本次调查从这些问题出发，模拟网友在使用过程中遇到问题，打各品牌售后服务电话寻求解决。调查发现，今年卫浴行业整体平均分有所下降，从 78.88 下降到 71.66。此外，态度好评率也从去年的 70% 下降到 45.98%，下降幅度明显。今年调查品牌从 17 个扩大到 29 个，除了售后服务电话免费率增长之外，其余数据显示整体水平有所下降。

免费售后电话多 专业售后服务少

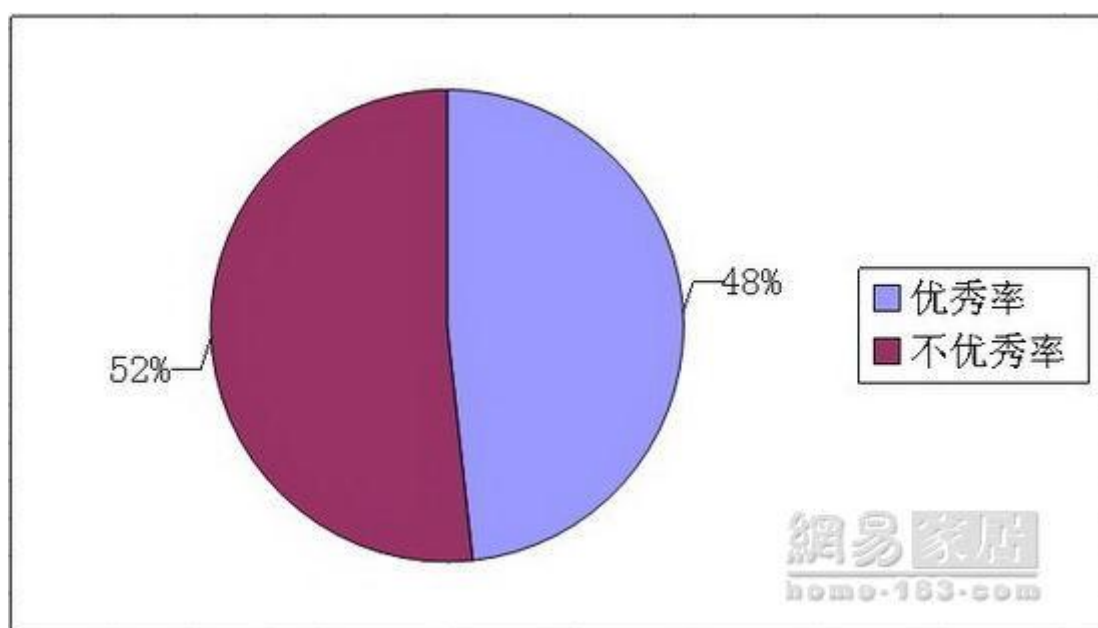


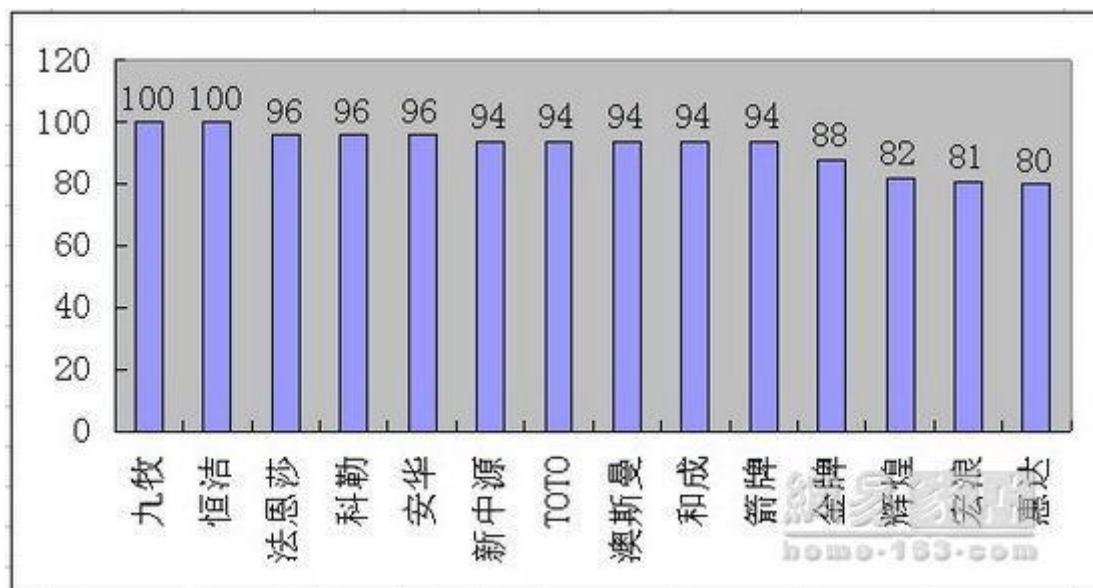


从调查的品牌来看，售后服务免费电话占了近 90%，仅次于家电行业的免费率。卫浴企业设立专业免费的售后服务电话，证明企业在这方面有一定的重视程度，但能够提供专业售后服务为消费者解决问题的仅有 52%，这说明部分品牌的售后服务尚跟得上企业发展需求。

对于消费者的意见，部分客服表示，“售后服务电话只做记录不能解决问题，后续等厂家或经销商跟进。”态度推诿敷衍，让人难以接受。还有客服赶着挂电话，无视消费者遇到的问题，其态度与消费者购买产品时的服务形成鲜明对比。

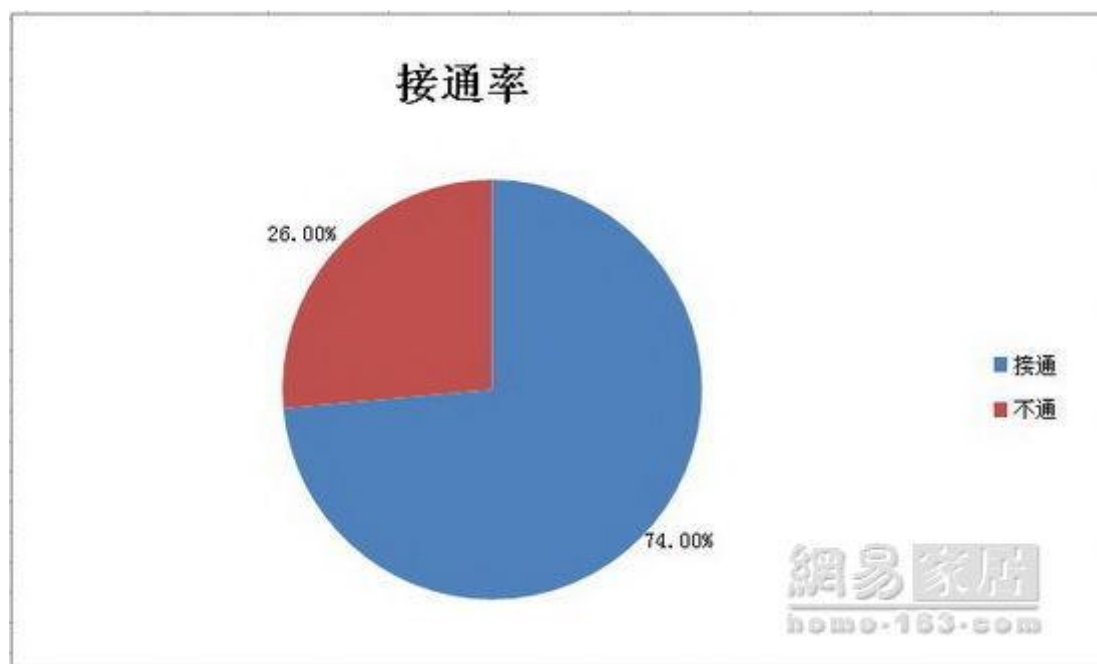
售后服务好坏参半 企业得分悬殊



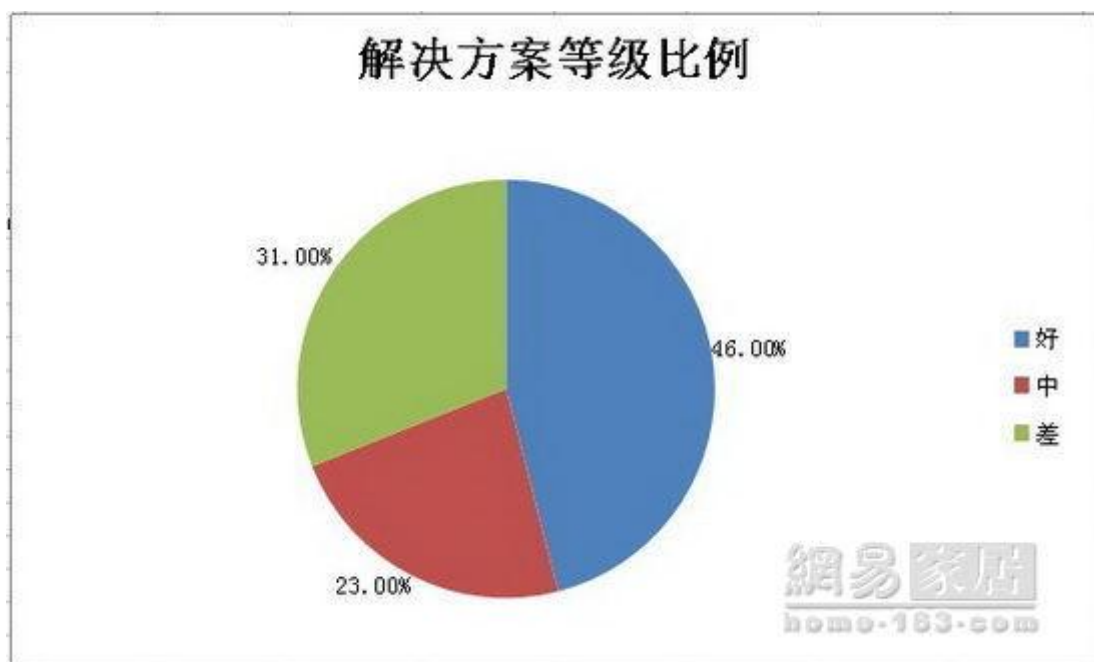


卫浴行业售后服务调查数据显示，总分获 80 分以上的企业为 14 家，占了 48%，而 69 分以下的企业为 15 家，分数为 70~79 的企业为零，整体分数悬殊明显，这说明目前卫浴行业在售后服务方面表现呈现两个极端，落后企业还需不断努力。

其中九牧、恒洁均以无可挑剔的售后服务获得 100 分满分，法恩莎、金牌、箭牌等品牌售后服务态度良好，客服比较专业，能够在出现投诉后马上给消费者一些专业的意见，并提供所在经销商的联系方式进行跟进，基本能解决问题。而鹰卫浴、恒通、华艺、阿波罗等品牌的售后服务电话则多次拨打无人接听，接通率低下，导致整体成绩不合格。

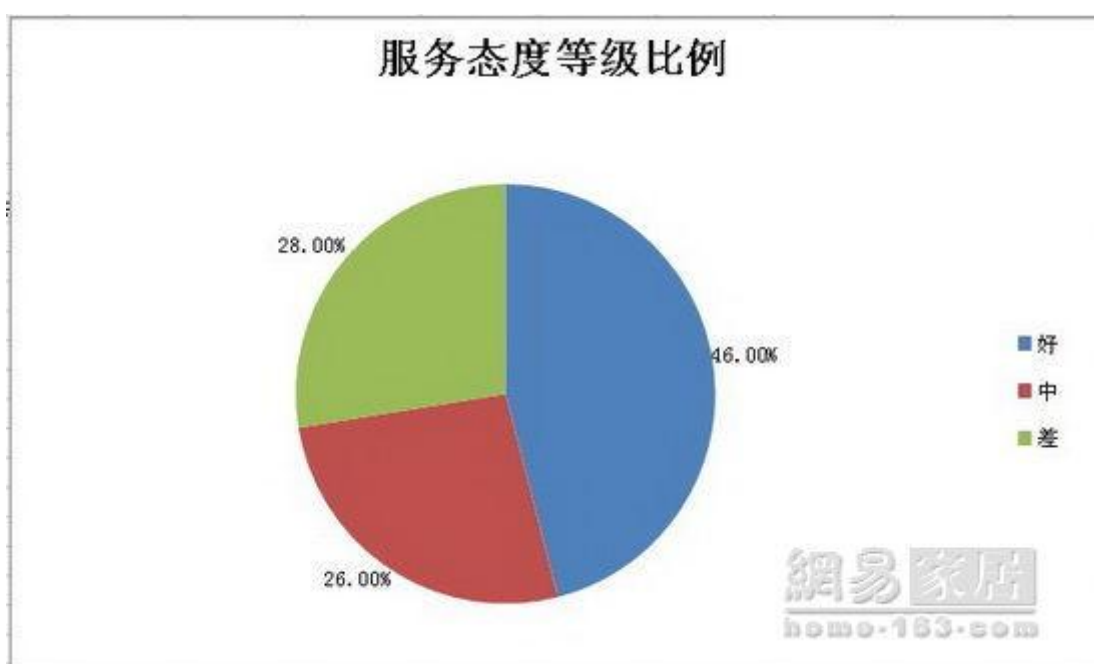


售后服务差评率接近三成



对消费者反映的问题，46%的企业能够提供比较专业的服务和引导，能够在问题发生后给消费者专业的意见进行维护，其中恒洁卫浴优秀的售后服务给调查人员留下较深印象，客服不仅耐心询问，还承担5年质保，给了天河区的经销商电话，并要求经销商做好相关服务。

但在提供解决方案上，31%的企业无法给消费者引导，甚至有非专业客服接听售后电话，在接听电话过程中不断询问身边人员，表现非常不专业。调查发现，不少客服直接将所有责任推给当地经销商，让消费者自行联系经销商，自行拍照片表现产品遇到的问题，“若当地经销商解决不到问题，再让经销商联系厂家进行解决。”而当提出要当地经销商电话时，甚至有客服表示无法提供，要消费者自行查找，表现让人难以接受。



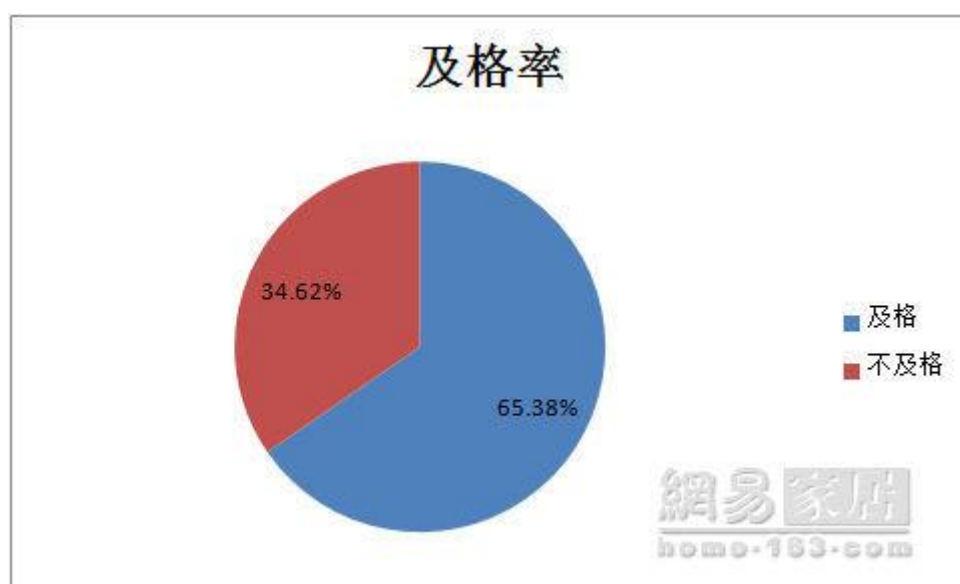
在服务态度方面，大部分卫浴企业表现不俗，能够耐心听消费者诉求，客气专业地提出解决方法。但有部分客服态度生硬，急于挂线，情绪化明显。上午上班时态度要相对和善，到了将近下班的时候接听售后电话就显得不耐烦，急于下班，表现出一切问题明天再说的态势，完全不顾消费者的感受。

在日常采访中，部分企业人员强调自身产品品质的时候会提到，他们的产品零售后“品质好到不会出现售后问题。”或许因为这种自信，也就造成企业对售后服务的忽视。但在日常使用中，因为安装或者使用等多种原因影响，任何产品都不可能没有售后问题，企业想要赢得长远的口碑，产品售后服务不能忽视。

3.5 橱柜篇

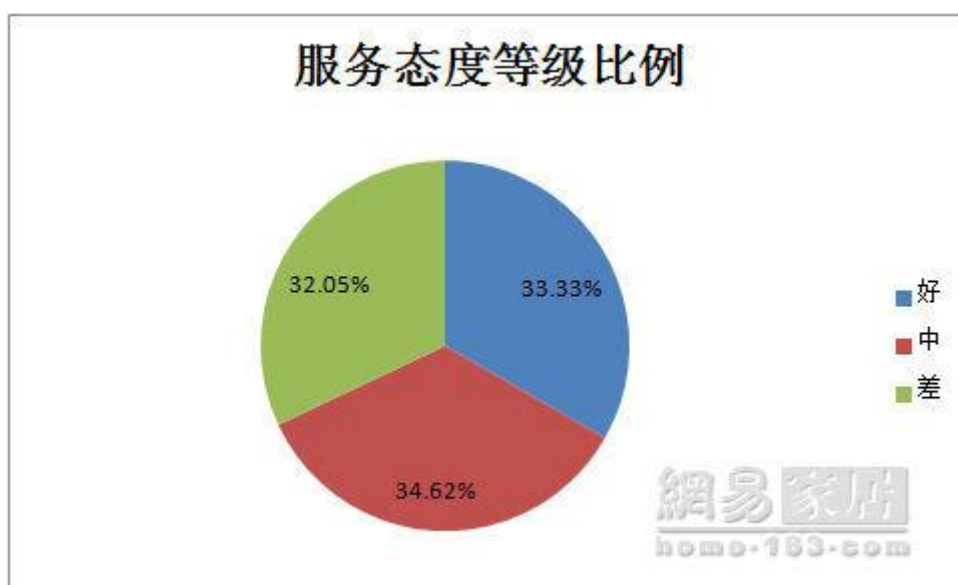
调查结果显示，2012 年橱柜行业的售后电话调查行业平均得分为 66.15，比去年 79.8 分下降 13.65 分。此次调查的企业数量共 26 家，成绩超过 60 分的企业共有 17 家，及格率是 65.38%，与去年 90% 的及格率相比有天壤之别。

一个家庭橱柜的质量直接关系到伙食质量，如果橱柜出了问题，主妇们估计是要抓狂的。网易家居设置了相应的模拟问题向橱柜企业客服人员提出发问，如：洗手盘漏水，导致底柜也渗漏、柜门铰链损、橱柜人造石台面开裂等。网易家居调查人员分别在工作日、休息日三个不同时间段，在不提供保修卡和发票的情况下，模拟网友遭遇的产品问题，对 26 个一二线橱柜企业售后服务品质进行调查。评分项目从能否方便快捷找到售后服务电话、售后服务电话是否收费、电话接通率、服务态度、投诉是否能得到专业解决方案这五大方面进行打分。每次拨打详细记录得分和点评。三次拨打电话的分数进行相加，得出最后的总分。

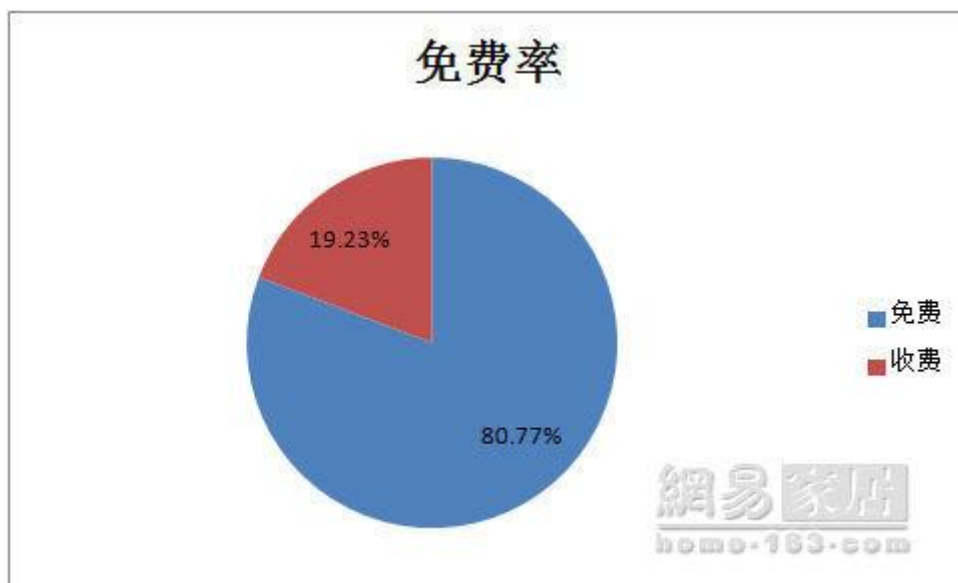


2011 年橱柜行业在家居行业里平均分、接通率、服务态度、解决方案这几项类别里排名均仅次于服务水平最高，发展最完善的厨电行业，但进入 2012 年，橱柜行业各项指数均

大幅度下滑，最惊人的是态度好评率，从 78%的好评率一泻千里，跌至 33.33%，而问题解决率也由 78%跌到不到一半的 49.36%。



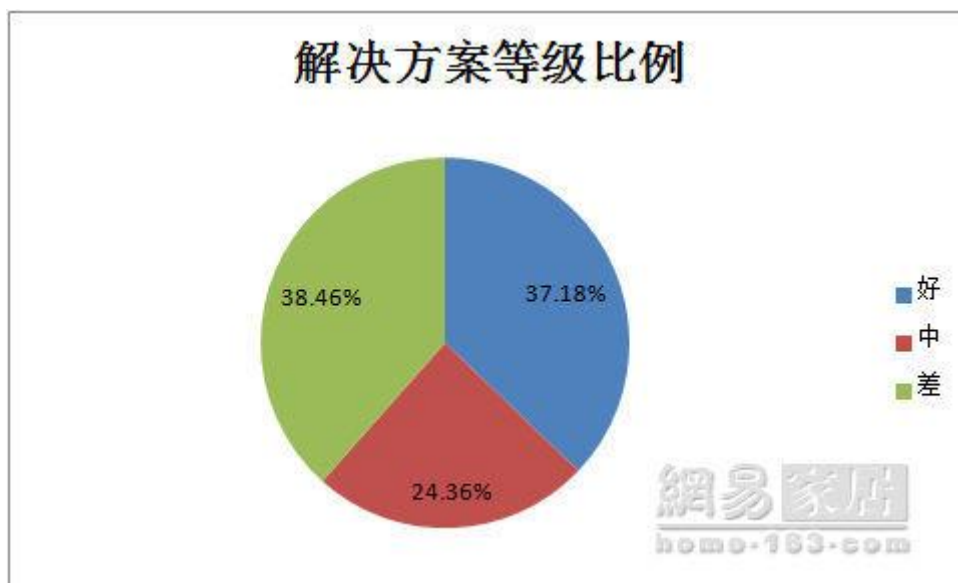
橱柜客服态度得分非常低，好评率仅仅占三分之一的比例。某品牌橱柜在服务过程中服务人员态度不好，没能为顾客提供实质性帮助，第一次打过去让客服帮忙找分区电话，客服竟然中途挂断电话；第二次的客服电话，拨打的明明是固定电话号码，一位男客服居然说人在外面然后推脱，挂断，这样的劣质服务实在令人难以接受。跨界进入橱柜业的美的，在厨电方面积累的客服经验似乎对橱柜类的服务并无太大帮助，客服人员上来即询问顾客详细信息，对于顾客的提问不做回答，虽承诺上门检修，但传递给客户很不高兴的感觉，让顾客心情十分不畅。



过去没有免费客服号码的一些品牌，例如欧派、韩丽、月兔等今年纷纷开通 400、800 开头的电话专线，由此橱柜业客服电话免费率从去年 50% 跳升至今年 80.77%，但虽然报装上了专线客服电话，但一些品牌却没有真正做好客服人员的安排，如东方邦太，每次拨打均无人接听，这也是东方邦太积分垫底的原因，月兔、华帝等同样因为接通几率太低而十分严重。



去年一些获得高分的企业今年下滑严重，例如福莱姆曾以 98 分高踞橱柜行业排行榜第三，而今年却遭遇滑铁卢，仅得到 54 分的不及格成绩。究其原因，我们可以看到福莱姆的客服电话，从无人接听，到客服态度恶劣，语气上明显流露出嫌弃顾客的情绪，想多问两句都不行，也有打通了但客服声明自己将下班，让客户明天再打的情况。从去年仅失两份到今年不及格的情况，可以相像很可能是福莱姆的客服人员有流动，而新的客服人员培训、监管都跟不上，致使服务质量出现非常大的反差。



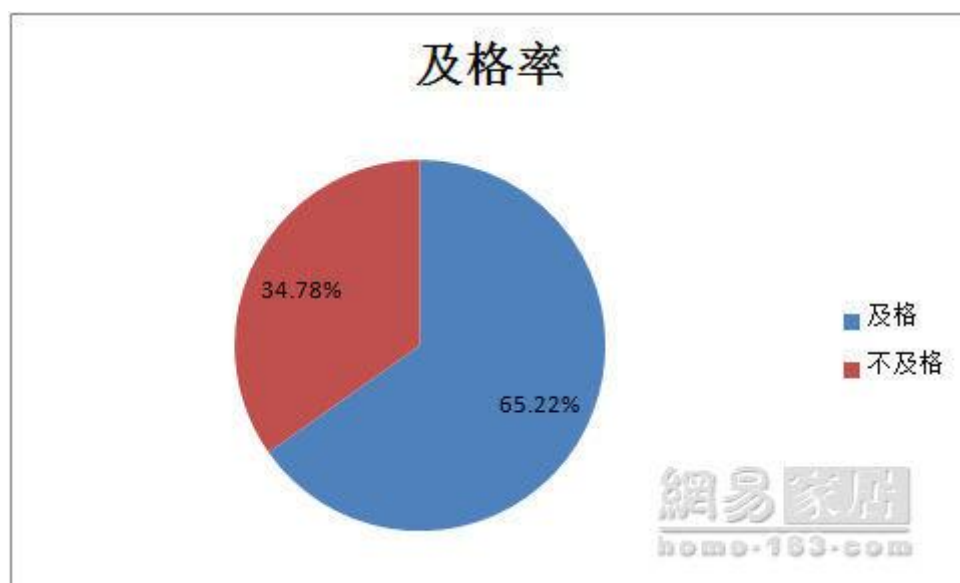
接通率是对企业服务质量总成绩影响最大的一个因素，值得一提的是，尚品宅配的服务态度、服务技术相当不错，通过电话号码便能调用顾客的订单信息，联系地址等等数据，且客服能够向顾客表示提供异地维修服务。但也出现了电话无人接听的情况，一旦无人接听，顾客根本无法与企业沟通，对于橱柜产生质量问题的顾客来说，厨房问题无疑会严重影响生活。因此企业首当其冲需要解决好的问题当为接通率问题。

3.6 衣柜篇

调查结果显示，2012年衣柜行业的售后电话调查行业平均得分为62.87，比去年73.85分下降7.78分。此次调查的企业数量共23家，成绩超过60分的企业共有17家，及格率是73.91%，与去年75%的及格率相比略有下降。

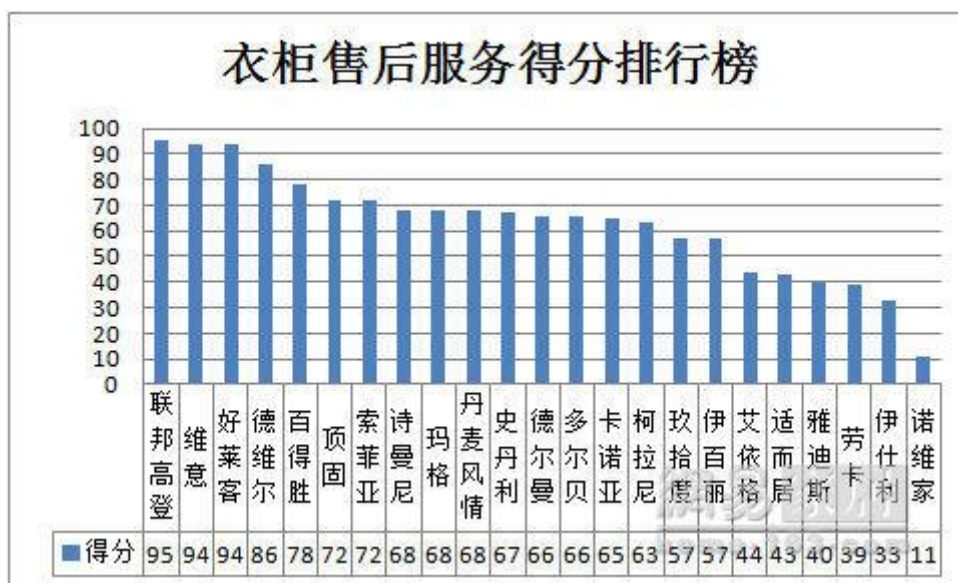


跟家具行业如火如荼准备展会不同的是，三月份的时间里，衣柜企业一方面在准备 315 促销，迎接 2012 年首个旺季的到来，另一方面也在为 7 月的建博会推出新产品作准备。在努力促销，研发新品，制定战略的同时，是否会忽略为消费者服务，做好售后这一块的工作？衣柜通常安置在主人卧房，产品质量是否过关，是否环保，直接影响使用者的健康，针对这不容忽视的一点，网易家居设置了如下问题：家的衣柜装好了，但是感觉味道很大，会不会有甲醛，心理越来越不安；衣柜的防撞胶条松脱掉落了，是否可以派人上门维护等问题来向衣柜行业客服人员求助等，网易家居调查人员分别在工作日、休息日三个不同时间段，在不提供保修卡和发票的情况下，模拟网友遭遇的产品问题，对二十六个一二线衣柜企业售后服务品质进行调查。评分项目从能否方便快捷找到售后服务电话、售后电话是否收费、电话接通率、服务态度、投诉是否能得到专业解决方案这五大方面进行打分。每次拨打详细记录得分和点评。三次拨打电话的分数进行相加，得出最后的总分。

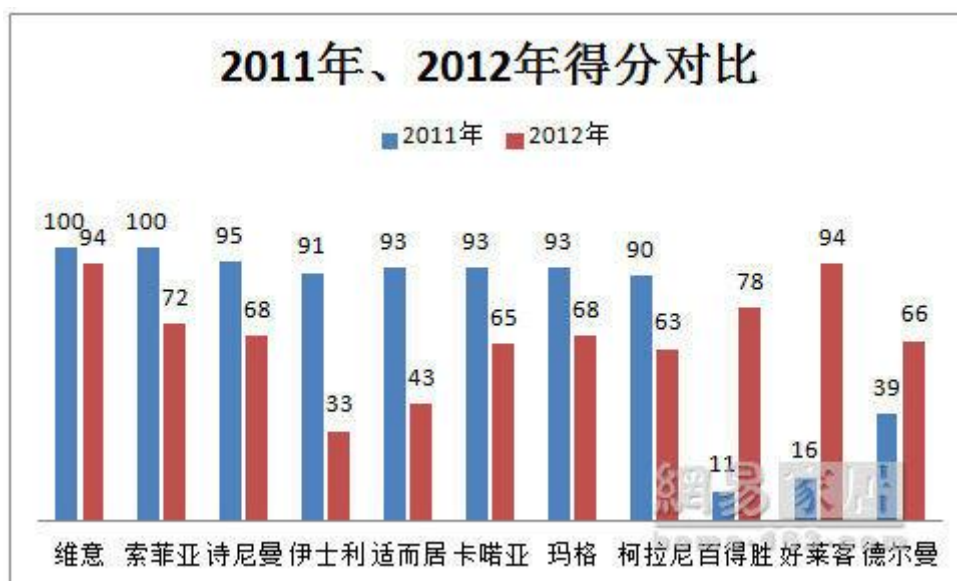




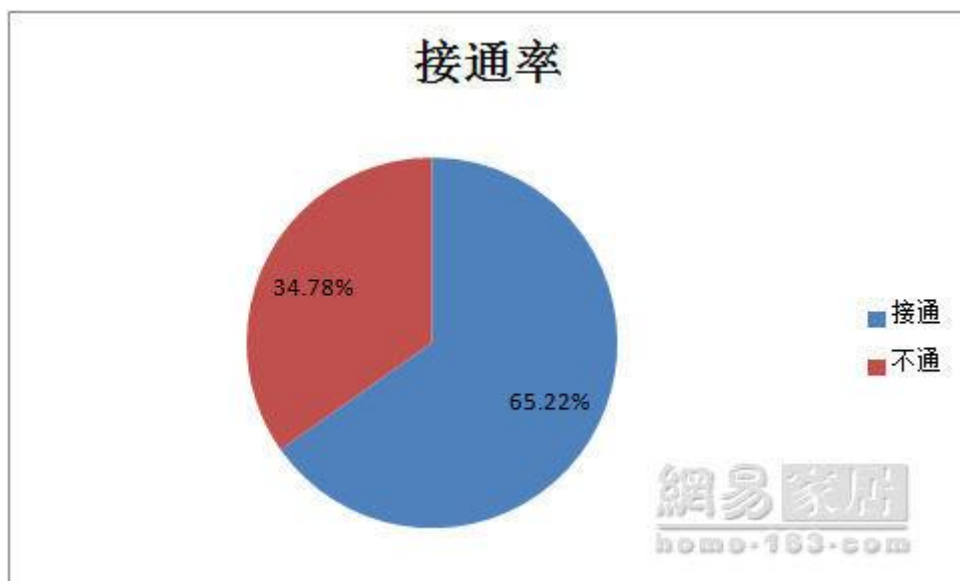
数据中比较亮丽的一点是免费率从去年 40% 大幅上升到 60.87%，这一点很好地表明企业对设立客户服务免费专线的重视度有了显著改善。但虽然是有了这么一个专线，多数企业在服务质量上并没有很大改善，在态度好评率上反而下降 2 成，反映企业只是做到了一些表面功夫，对于客户服务这一块的管理、培训、监督机制并没有真正建立起来。

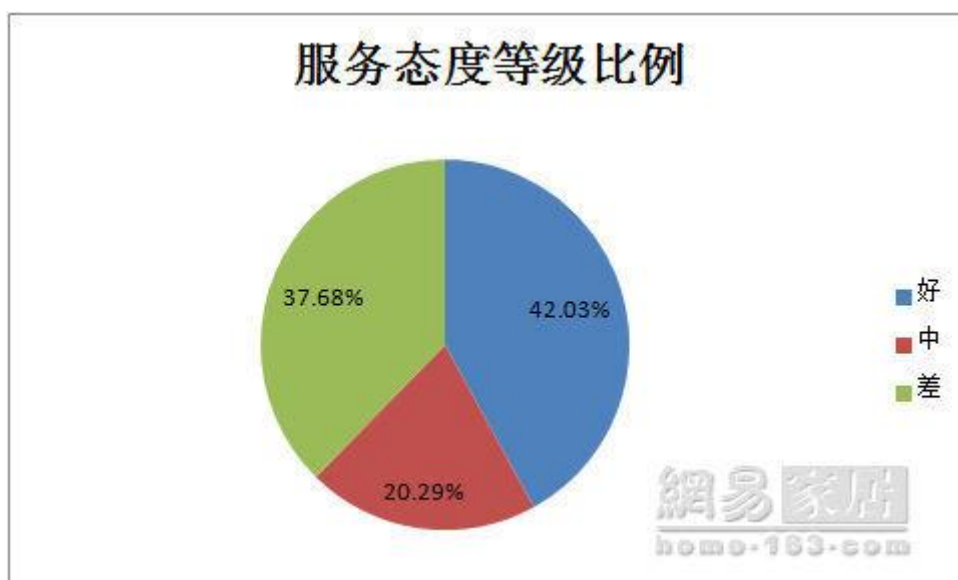
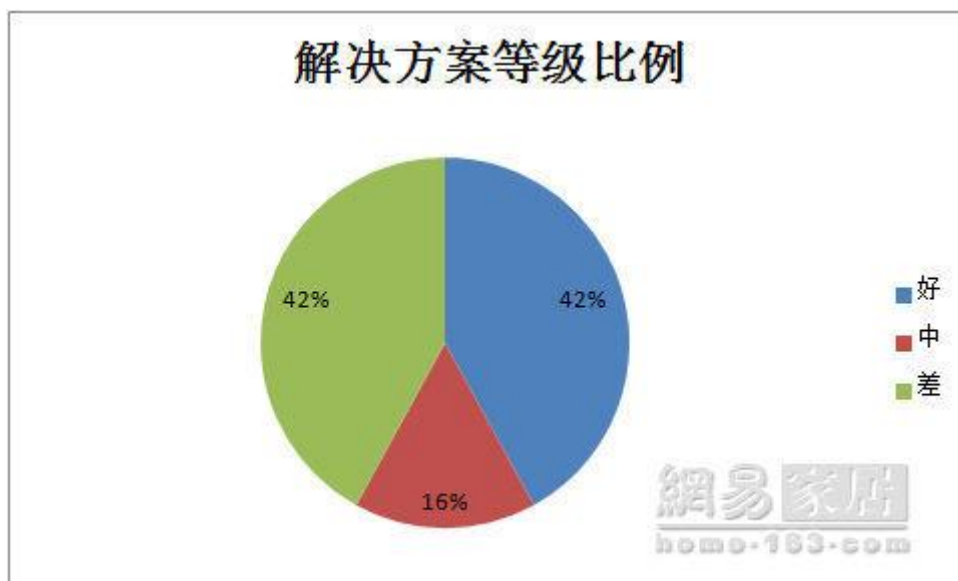


去年得到 100 分的企业有两家，分别为索菲亚及维意，而今年衣柜行业的售后服务电话里却未能再出现满分企业。维意 2012 年得分为 94 分，其中一通的电话中客服人员让客户自行找经销商并且态度一般而失去些许分数，而另一通电话中客服人员得到极高的评价：网上追踪订单，很方便。客服非常专业，提供了很多解决措施，有礼貌，并且欢迎顾客有问题再次来电。另一家去年满分的企业索菲亚今年仅得 72 分，表现不算理想，数次拨打均无人接听使得去年的冠军失去不少分数。



去年得分不合格的一些企业在今年的调查中表现反弹，例如去年仅得 11 分的百得胜，今年虽然客服电话接通之后需要转接，等候，有点考验消费者耐心程度，但客服人员的态度友善，耐心详细地回答问题，抢得不少分数。去年只有 16 分的好莱客，今年表现惊人，获得 94 分与维意并列第二。虽然态度并未能完全尽善尽美，但每一次都能够给予顾客及时的解答，处理顾客反映的需求，配合经销商做好投诉处理，已属难能可贵。



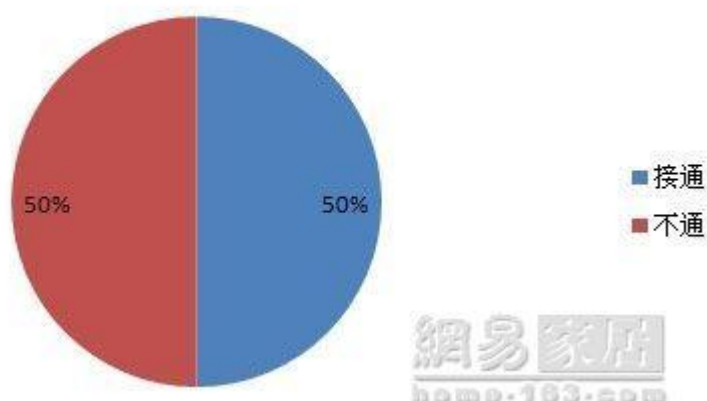


在解决方案跟服务态度这一项，衣柜行业的失分率颇高，态度差评率高达 37.68%，其中德维尔的客服接线生无法具体回答顾客提出的问题，于是让顾客直接找经销商，不愿再回答。而适而居的客服人员接听不同时间拨打的电话态度也不尽相同，有时态度显得不耐烦只想尽快收线，而此后的一次通话中竟然表示适而居没有售后服务。

3.7 地板篇

历时两周，网易家居调查人员针对各行业常见问题，模拟消费者分别在工作日、节假日逐一各个家居企业售后服务电话，从而得到一份特别的调查报告。近期网易家居将陆续推出各个行业的售后电话调查报告。地板行业调查数据显示，节假日 50%地板企业客服电话无人接听。

周末接通率



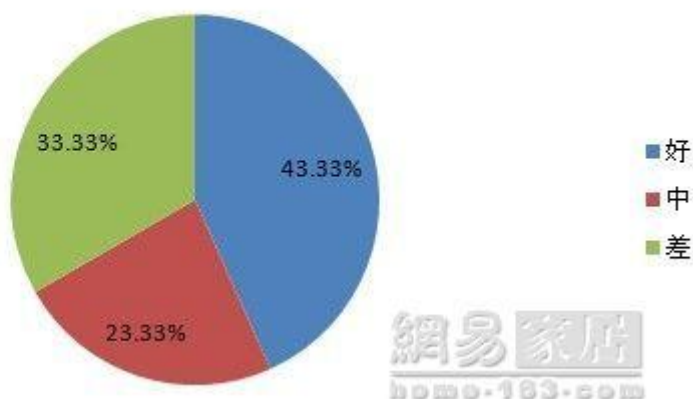
节假日 50%地板企业客服电话无人接听

近期，地板行业因“安信”、“万科”成为最受关注的家居行业。针对地板行业投诉最多的产品质量问题，如：地板表面拱起、裂缝、油漆膜剥落裂纹、色差等问题，网易家居调查人员分别在工作日、休息日三个不同时间段，在不提供保修卡和发票的情况下，模拟网友遭遇的产品问题，对 20 个一二线地板企业售后服务品质进行调查。

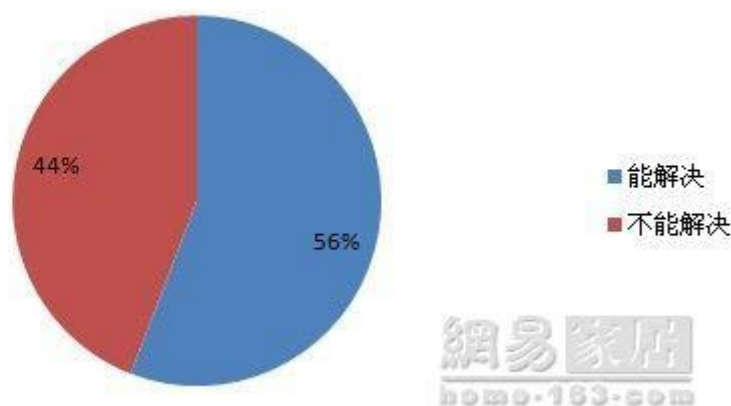
评分项目从能否方便快捷找到售后服务电话、售后电话是否收费、电话接通率、服务态度、投诉是否能得到专业解决方案这五大方面进行打分。分别在一个工作日的上午、一个工作日的下午和一个周末进行拨打，每次拨打详细记录得分和点评。三次拨打电话的分数进行相加，得出最后的总分。

尽管这种抽样随机式的暗访无法全面反映某一品牌客服的整体水平，但却可以帮助我们发现问题。调查结果显示，50%的地板企业节假日客服电话无人接听。地板知名品牌大自然、圣象等均因在本次节假日调查时，客服电话无人接听导致得分不高。此外，一些客服人员推脱责任，或者不专业，或者态度不好，导致今年地板行业今年的“态度好评率”仅为 43.33%，较去年下降了 20%，问题解决率有所下降。

服务态度等级比例



问题解决率



最近处于风口浪尖的安信地板在此次调查中得分为 66 分，周末客服电话无人接听。当调查人员提出因最近网上传言的“毒地板”事件，希望换货或者退货时，安信客服人员让调查人员等待质检结果，若真有问题，承诺退货，态度诚恳。

售后电话免费率达 90%

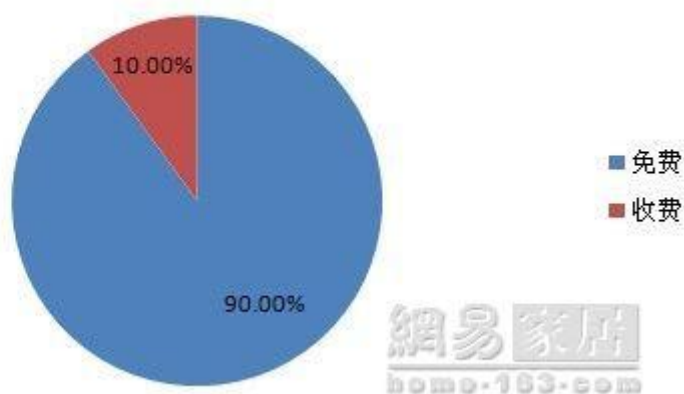
值得肯定的是，本次调查的 20 个地板企业 90% 都提供了“400”、“800”免费售后服务电话，免费率比去年提高了 15%；电话接通率为 73.33%，较去年有一定提高；地板行业的平均得分为 67.5 分，也有一定的提高。

2011、2012各项调查指标对比

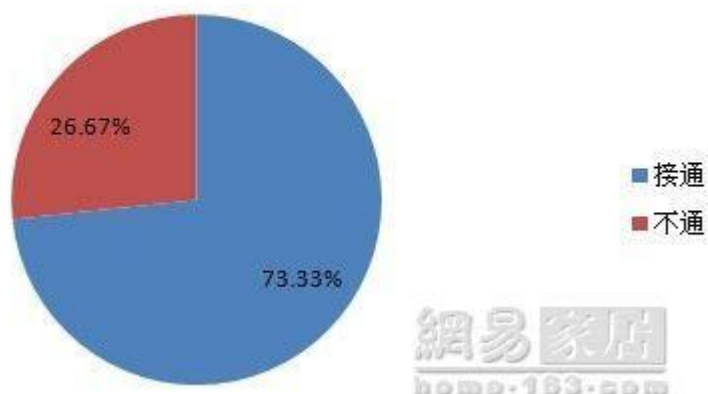


得分在 90 分以上地板企业有 5 个：生活家地板、世友地板、洛基地板、菲林格尔地板、久盛地板，得高分的企业比去年少了一个，且无得 100 分企业，其中，生活家、菲林格尔、世友等品牌均提供一年保修，接线员耐心指出可能出现的原因，告知用户具体维修和保养的方法，同时还能详细指引具体经销商进行联系维修。

免费率



接通率



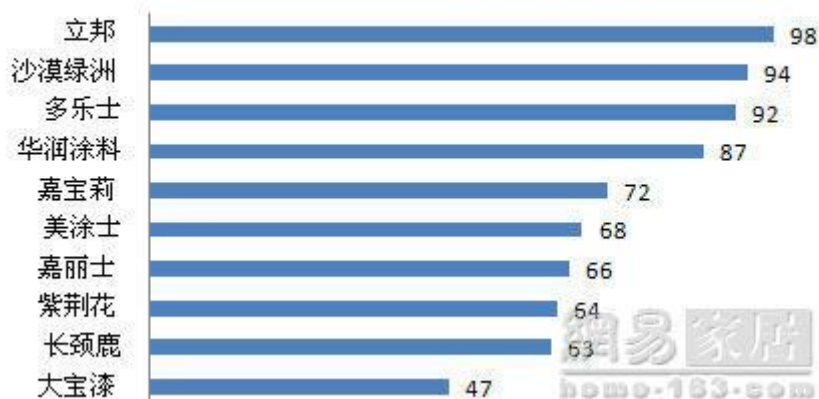
得分不及格的企业有 5 个：分别是升佳地板、光益地板、宏耐地板、富林地板、升达地板。其中升佳地板和光益地板 3 次拨打均无人接听。去年得分排名倒数第一的洛基地板，这次取得了 94 分的成绩。

地板是家装行业中较为特殊的建材之一，由于其单笔货值高，产品同质化程度较高，而厂家进入这个产业的门槛并不高，所以导致售后服务意识不强。此外，因为地板铺装不当引起的安装的问题，已经成为制约地板使用寿命的顽疾。购买地板的消费者大多得聘请专门的家装队伍后，才能享受后续服务。

3.8 油漆涂料篇

调查结果显示，油漆涂料行业售后服务平均得分 75.1 分，在调查的 10 类家居行业中，排名仅次于厨卫电器行业和壁纸行业。但周末却有 5 成企业的客服电话无人接听。

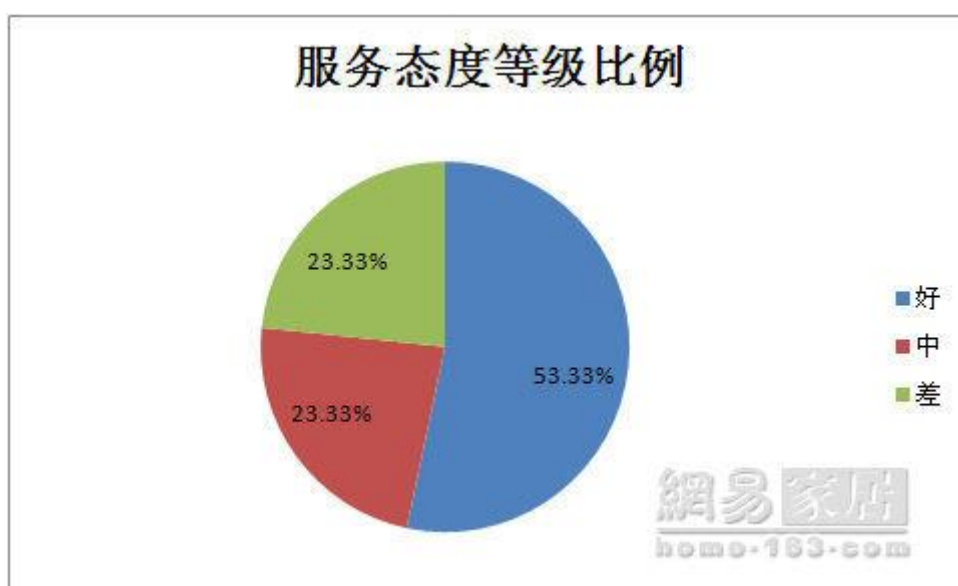
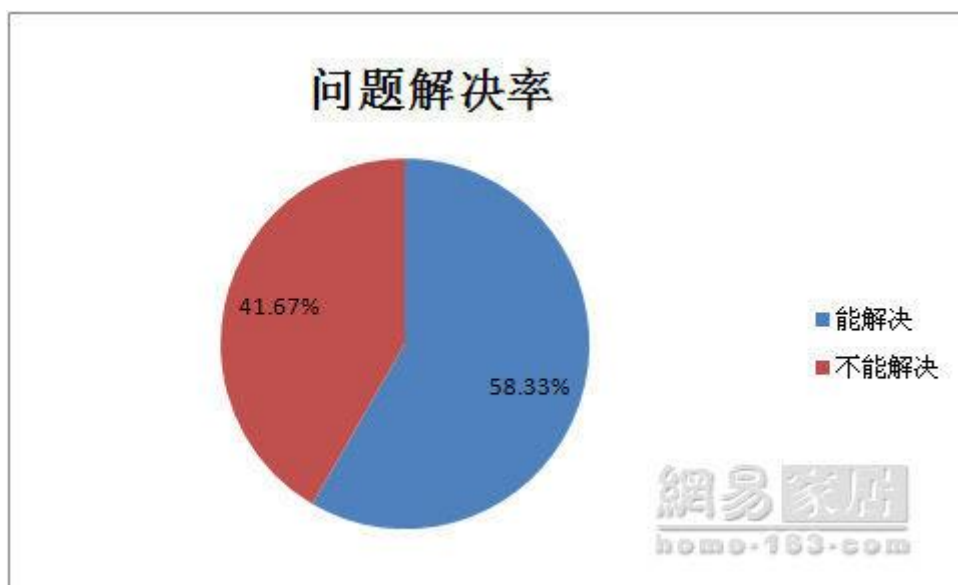
涂料售后服务得分排行榜

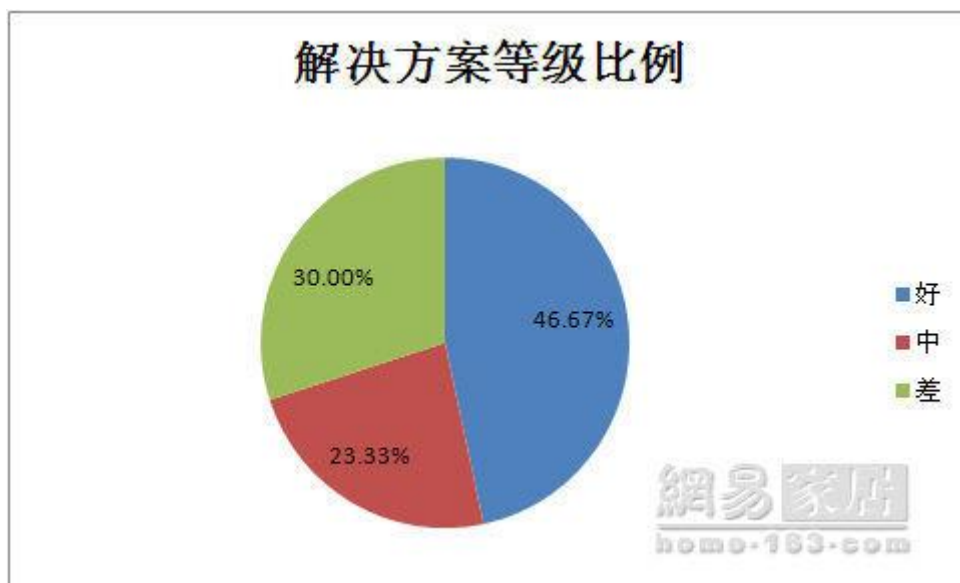


少数客服企图推卸责任

油漆涂料是我们家装最常用的装修材料之一，这种材料是比较特殊的，因为其本身含有甲醛和苯类物质，若含量不合标准就会存在安全隐患。此外，在装修过程中，油漆涂料也会出现一些起泡、开裂、剥落等问题。因此，今年的调查中，我们增加了油漆涂料行业的调查。本次模拟调查问题也主要是从油漆涂料产品的安全性能已经日常装修中常见的问题出发，检验每个企业售后服务水平。

在调查的 10 个品牌中，没有得满分的企业，立邦获得最高分 98 分。调查人员发现，油漆涂料行业客服人员总体态度不错，也比较专业，如嘉宝莉漆的客服人员能专业分析墙面情况，也能提供售后技术人员电话；多乐士的客服能迅速建档，追踪解决问题，在投诉多乐士油漆问题 10 分钟后，广州客服就致电调查人员询问具体情况。

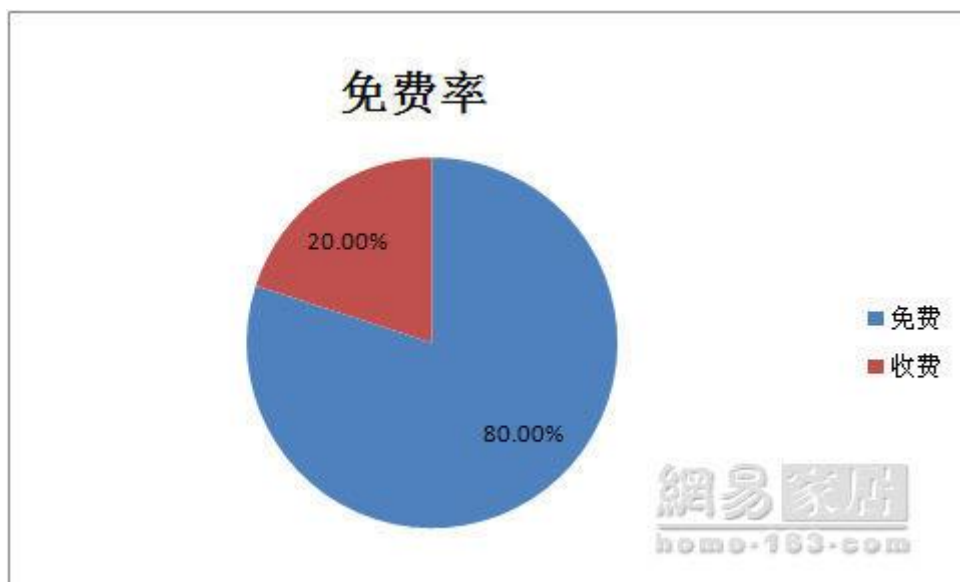


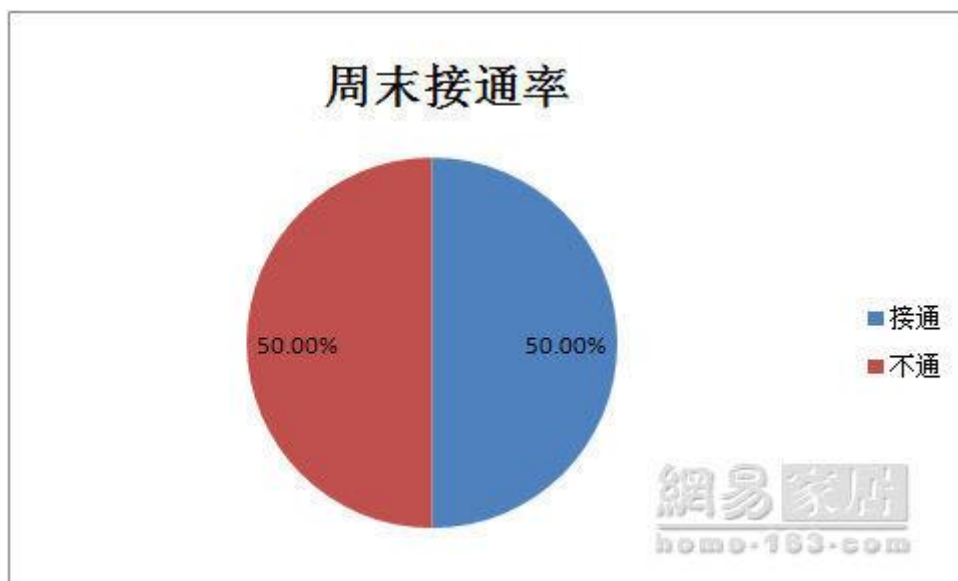


但也有一些企业客服态度不好，企图推卸责任。在工作日的一次调查中，紫荆花的客服人员就一再强调他们的产品质量没有问题，而未能提供有效的技术维修和解决方案。

节假日超 5 成企业客服电话无人接听

本次调查的 10 个油漆涂料企业，9 个有“400”、“800”、“9510”免费售后服务电话，免费率、接通率均高达 80%，但总体问题的解决率却只有 58.33%。究其扣分的原因，主要是周末的调查中，超过 5 成企业客服电话无人接听，是油漆涂料行业被扣分的主要原因，也直接导致售后服务好评率、问题解决率不高。





得分在 70 分以下的企业：美涂士、嘉丽士、紫荆花、长颈鹿、大宝漆 5 个企业周末客服电话均无人接听,大宝漆的得分也因此项被扣分而导致总分不及格。

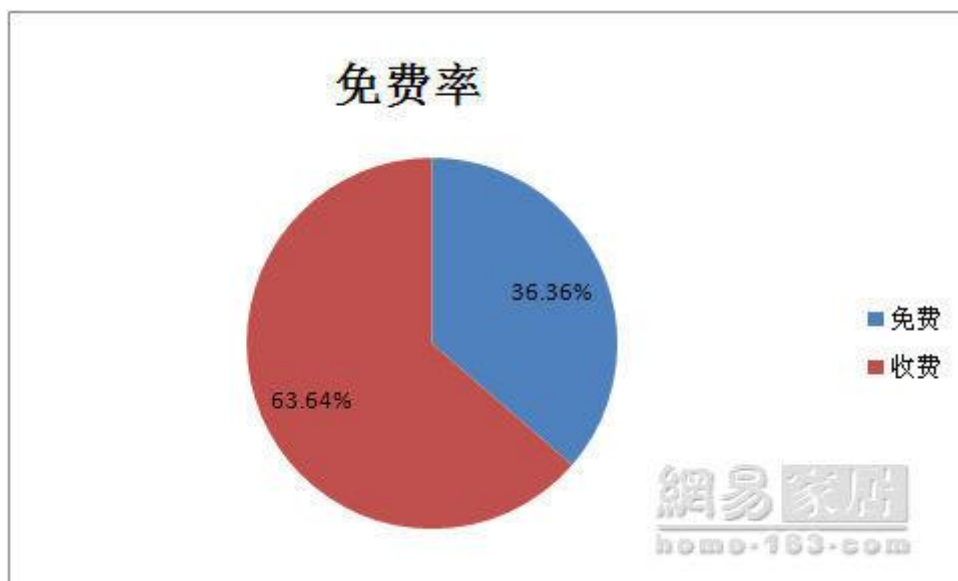
3.9 壁纸篇

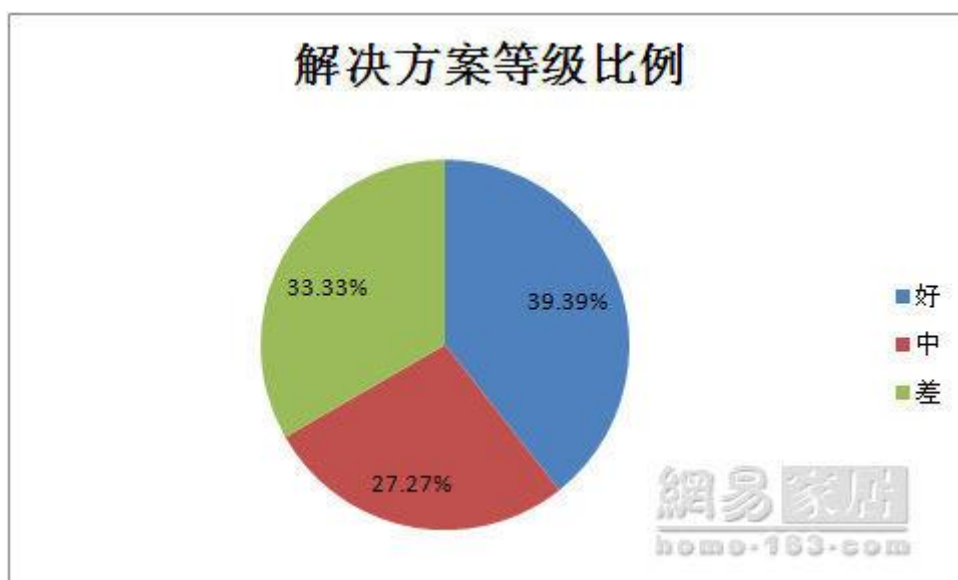
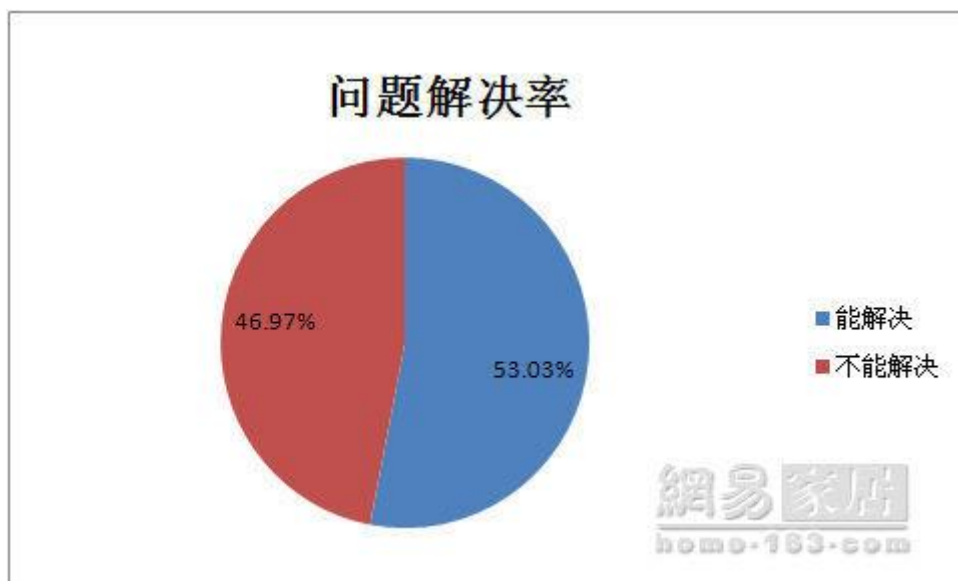
调查结果显示，壁纸行业售后服务平均得分 73.09 分，在调查的 10 类家居行业中，排名仅次于厨卫电器行业和油漆涂料行业。但大多数的壁纸企业没有针对消费者的全国统一客服电话，部分品牌客服态度恶劣，称不直接服务消费者。



壁纸行业售后服务电费免费率不到 4 成

壁纸是我们家装最常用的装修材料之一，在装修过程中，壁纸会出现一些色差、脱落、发霉、等问题。因此，今年的调查中，我们增加了壁纸行业的调查。本次模拟调查问题也主要是从壁纸产品在日常装修中常见的问题出发，检验每个企业售后服务水平。

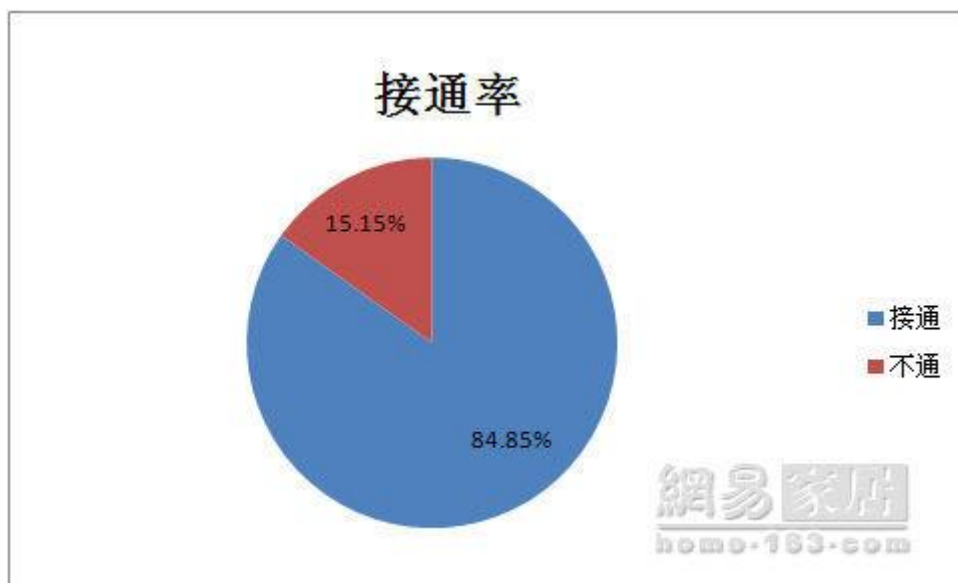




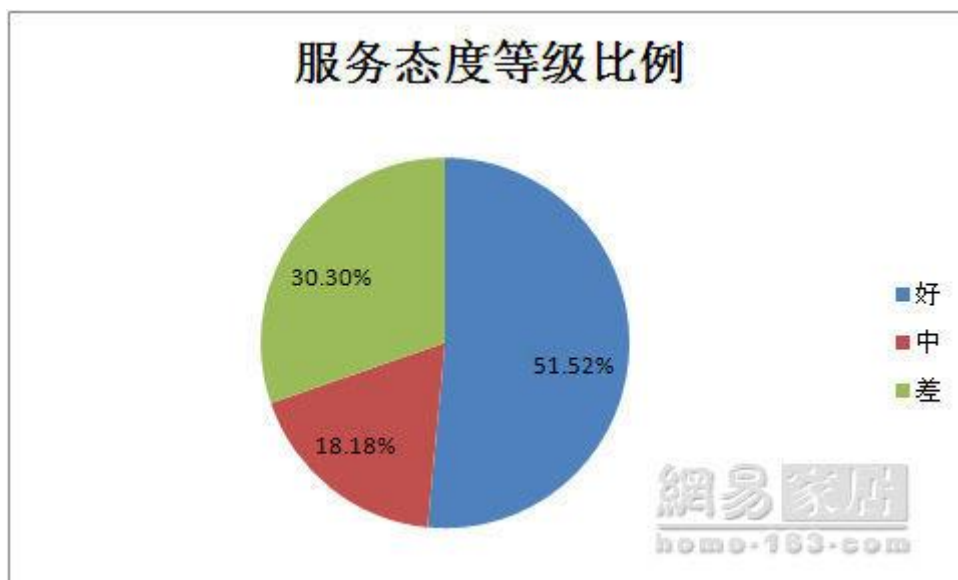
平均得分高，这项指标并不能说明壁纸行业的整体售后服务水平高。调查人员发现，很多壁纸品牌没有针对消费者的全国统一免费服务电话。调查的 11 个企业中，只有 4 个开通了免费售后服务电话。

电话接通率高 问题解决率低

此外，壁纸品牌官网上留下的电话，一些属于招商电话，接通率高达 84.85%，工作日全部接通，周末的接通率也超过 5 成，但是针对投诉问题的解决率却不高。一些客服称只针对经销商，不针对消费者。如，特普丽、布鲁斯特等品牌就不直接对消费者服务，只对经销商服务。



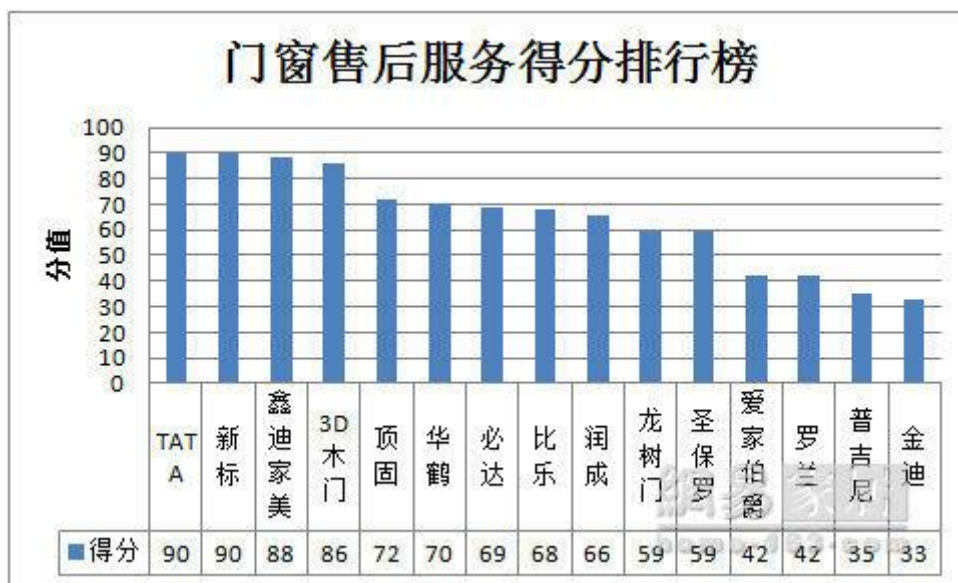
部分客服态度恶劣 称不服务消费者



在调查的 11 个品牌中，格莱美获得了 100 分的成绩，其余壁纸品牌得分均不高。玉兰壁纸得分不及格，原因在于周末电话无人接听，工作日电话客服转售后也无人接听。调查人员发现，壁纸企业很多都没有专业的客服，一些客服态度比较恶劣，推脱责任。如，特普丽、布鲁斯特品牌在三次电话调查中，每次都有人接听，得分却只有 60 多分，被扣分的主要原因在于，态度异常恶劣，完全不理睬投诉者的感受，还声称不直接对消费者服务，只对分销商服务。一些客服也让消费者自行联系经销商解决问题，不能提供经销商电话或者解决方案。

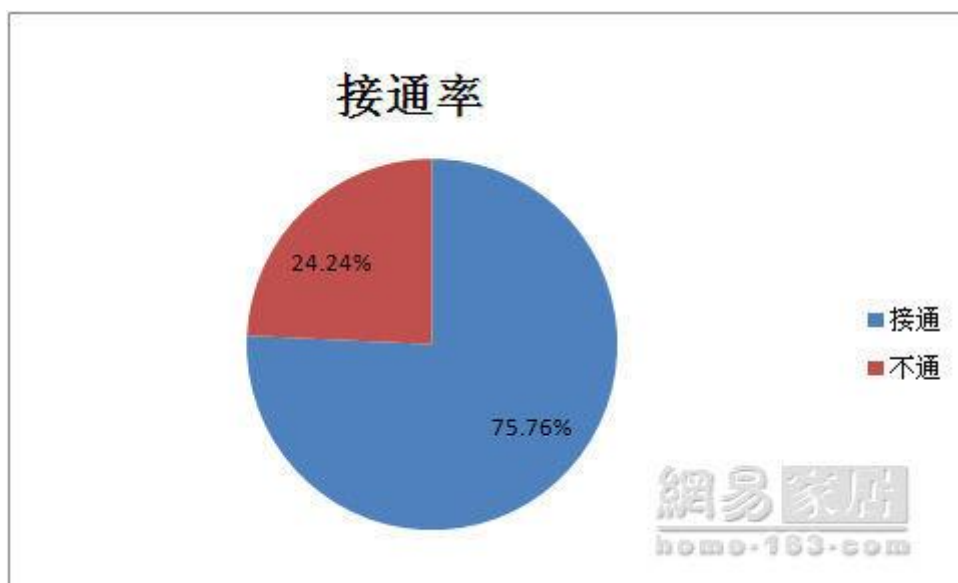
3.10 门窗篇

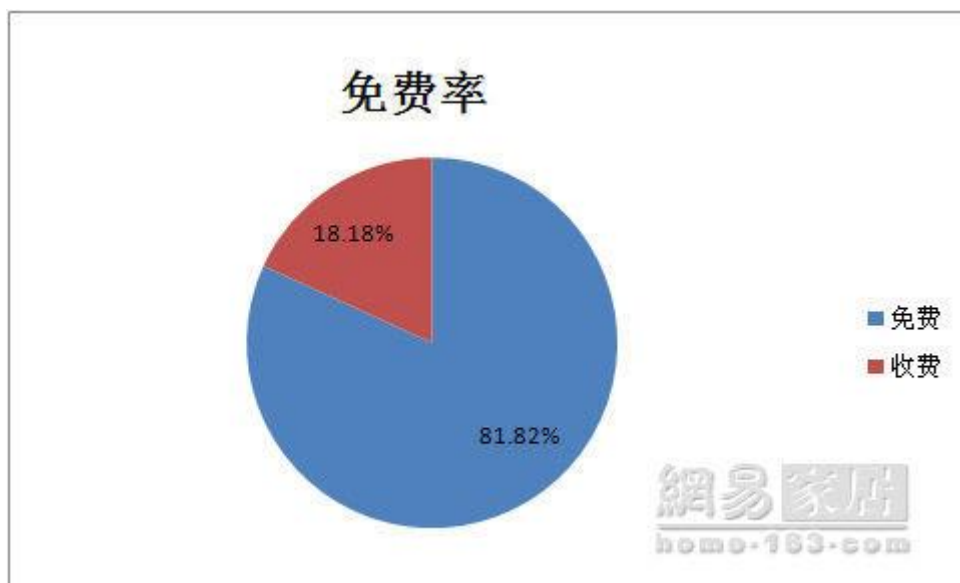
调查结果显示，门窗行业售后服务平均得分 64.6 分。所调查的 15 个企业中，节假日仅 4 成电话能打通，客服有效引导解决投诉问题的仅一成多。



八成门窗企业有免费服务电话

很多人都会非常在乎自己的门窗，毕竟这是自己家的“面子”。在装修和使用过程中，门窗会出现一些开胶、变形、门窗与框缝隙大、气味大等问题。因此，今年的调查中，我们增加了门窗行业的调查。本次模拟调查问题也主要是从门窗产品在日常装修中常见的问题出发，检验门窗企业售后服务水平。

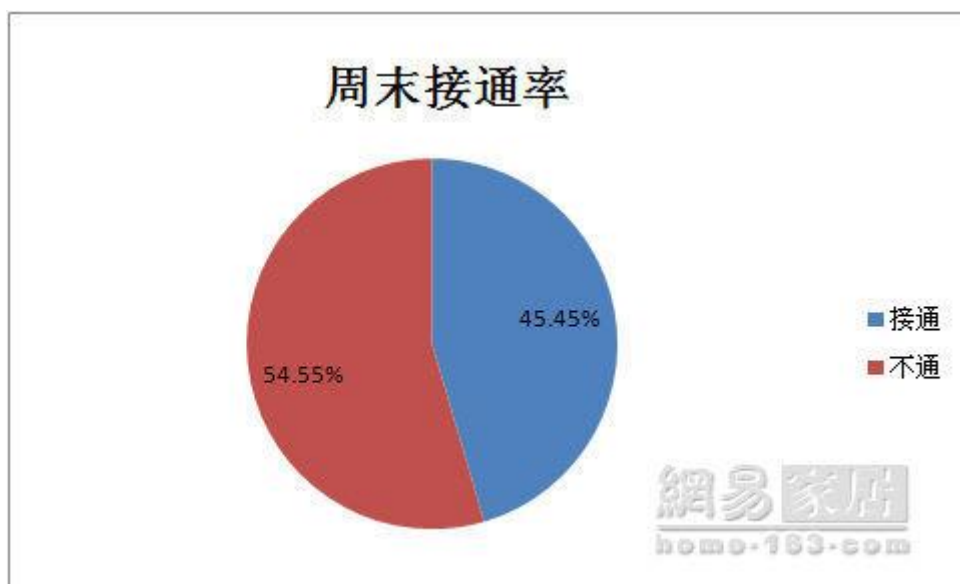




值得肯定的是，在本次调查的 15 个门窗企业中，12 个企业的官网上有免费的“400”、“800”电话。得分高的企业不多，最高分为 90 分；80 分以上的企业仅 4 个：新标、TATA、鑫迪家美、3D 木门。

节假日问题解决率仅一成多

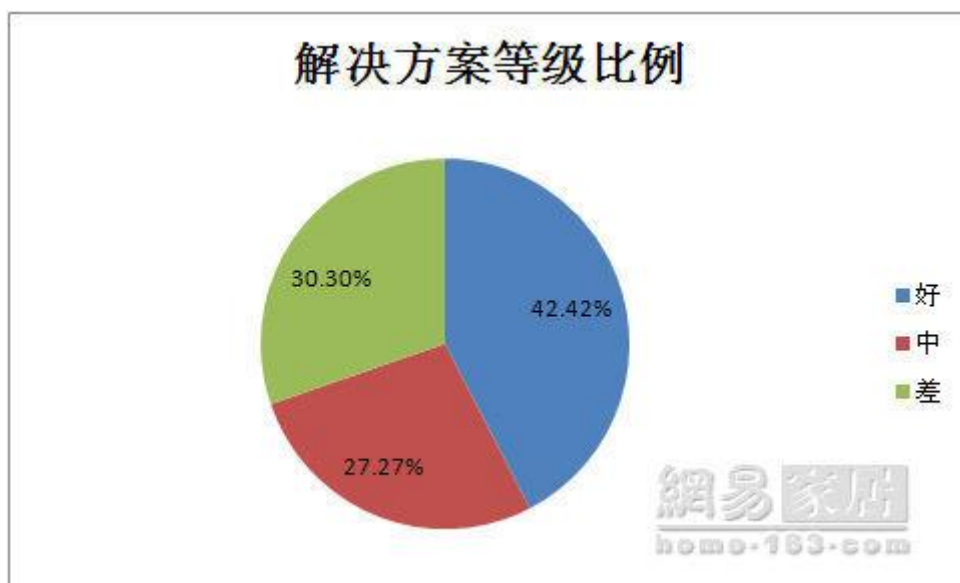
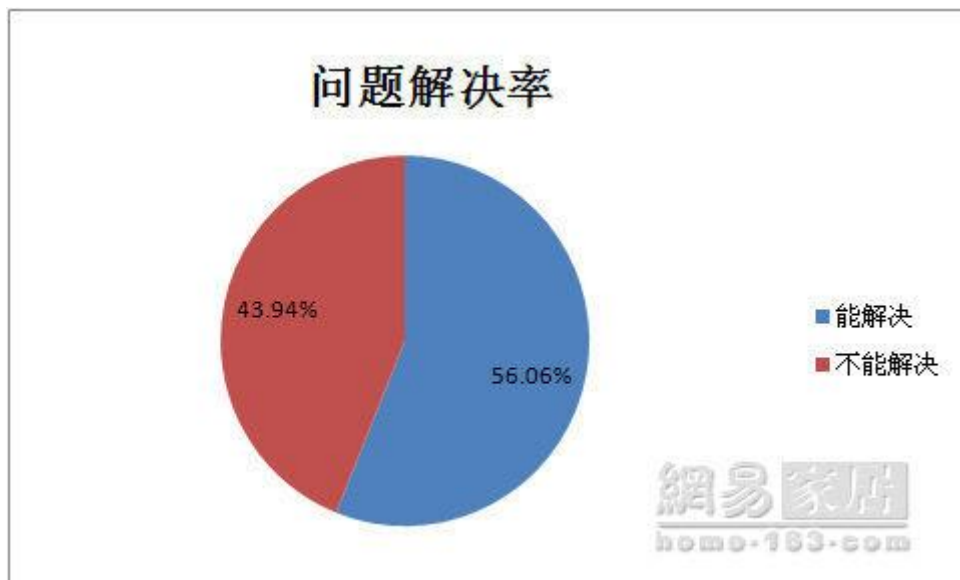
调查的 15 个企业中，得分不及格有 6 个：金迪、普吉尼、爱家伯爵、罗兰、圣保罗、龙树门。其扣分的主要项目也是节假日电话无人接听。



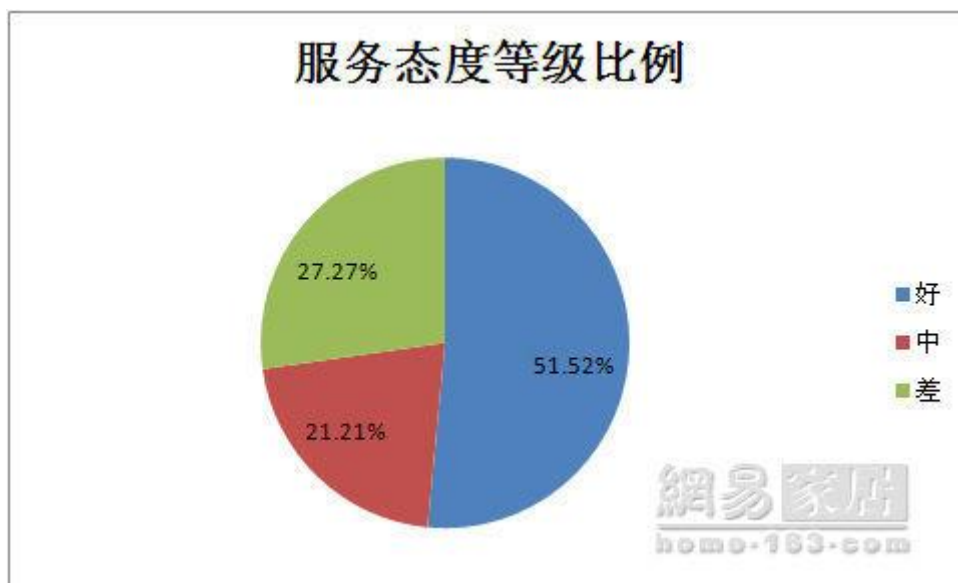
本次节假日的调查中，6 成企业客服电话周末打不通，即使通了，仅有一成企业能有效引导消费者解决问题。

部分客服只针对经销商

门窗类企业售后服务大多是依靠经销商来执行的，但是大部分的企业都能提供相关经销商的资料，让调查人员先找经销商解决问题。如若经销商不解决问题，再找企业投诉。但是在我们的 一次调查中，鑫迪家美的客服人员表示，他们只针对经销商，不直接针对消费者。



客服态度差评率高



调查发现，很多客服人员不专业，门窗企业客服态度的差评率高达 44.44%。即使是同一企业不同客服之间的水平差别也很大，如必达的客服人员有一次以“打错电话”为借口推辞（查实电话无误），另外也有态度很诚恳地聆听消费者诉求，保证解决问题。罗兰客服质疑消费者购买产品的方式，金迪的客服自身就不了解情况，让自行联系经理解决问题。

四、售后服务建议

消费者购买家居用品越来越理性，家居品牌要建立、拉近于消费者的距离，并获得良好的口碑，让消费者享受实实在在的服务才是最关键的。从此次电话调查中，我们可以知道，得分高的企业，在售后服务的各个环节都做得比较到位，我们在此盘点获得满分的品牌企业的经验，希望能为家居行业真正为消费者做好售后服务提供一个借鉴。

服务建议：

- 1 预留专门的售后服务电话，建设快捷通道，缩短转接时间。
- 2 建立更多服务网点，让消费者可以越便捷地享受到各项服务。
- 3 更透明的标准化售后服务，维修保养费用对所有消费者都统一，透明。
- 4、延长售后服务时间，安排专业人员在周末值班，保障接通率。
- 5、处理好消费者问题后，建议建立用户回访制度。
- 6、对售后服务人员进行专业培训，为消费者快速判断及提供解决方案。
- 7、聆听消费者意见，提供令消费者更满意的产品。

(报告同步发布于网易家居频道 <http://home.163.com/special/315aftersale2012/>)

网易家居

2012年3月8日