

用十八年服务之道 谱写未来连锁企业发展之路



大众汽车租赁

每一个企业都有自己的“井冈山”。对于大众汽车租赁来说,所有的梦想都是从十八年前, 国货路 98 号那幢普通民宅一样的低矮平房里开始的。然而,即使是在最狂野的想象里,也很少有人能清晰地描绘出十八年之后的蓝图。就像 1993 年的时候,当时任大众汽车租赁公司总经理从集团董事长兼总经理杨国平手中接过“大众租车, 超值服务”的题字时,谁也想不到,当年那个只有二三十辆车的小公司,如今已成为在全国十大城市拥有 5000 多台自有车辆、车型配套齐全的行业龙头企业。“大众汽车租赁”的品牌已然成为外资企业、跨国公司、大型国企、政府部门,以及高星级酒店、会务会展和婚庆行业租车服务的首选。



■ 大众交通(集团)股份有限公司董事长、总经理杨国平先生

诚信专业, 冲出混沌的法宝

如今的租车行业,已不需要人们专门跑上好远的路前往各个门店办理租车手续了。对于大众汽车租赁来说,只需要拨打一个 40018-96822 电话,或者登录 www.dzzcgs.com 的电子商务网站,通过快速便捷的线上操作,就能轻轻松松地挑选自己出行的车型以及多种商务生活的租车服务产品。

精简简洁的流程和体贴周到的服务脱胎于这家品牌公司一路走来的坚持:靠服务品质赢得业务拓展。十多年前,国内租车行业还混沌不明,早期的租车业务大多面向企业。那时候,大众租车就靠着这一法宝打开了业务之门。在大众汽车租赁里,流传着这样一个故事:当公司与摩托罗拉首次亲密接触时,对方的老总亲自出面,挑选合适的车型和理想的驾驶员。商谈中,这位老外用手捂捂耳、捂捂眼又捂捂嘴,意思是驾驶员必须一门心思开车,不听、不看、不传用车人的活动。尽管对方只需要租用一辆车,而且一看就是对服务质量要求很高的主,但是大众汽车租赁照样全力以赴。现场验车时,当老外走到一辆车前欲上车查看时,驾驶员适时有礼地为客人打开车门,伸手挡好车顶。就是这两个小小的细节,让对方老总立即不再挑拣,当场拍板。外资企业的主管往往定期轮换,斗转星移,人来人往,但摩托罗拉一路使用大众汽车租赁的车辆,而且数量逐年上升。而大众汽车租赁的用户,也早已发展到 200 多家世界五百强企业,以及 50 多家国际高星级的酒店集团。公司的业务也从汽车销售、汽车租赁、车辆维修、会员俱乐部直至二手车拍卖,形成了一条完整的产业链,还衍生出了许多亲民的特色服务:例如,拥有 300 多辆豪华轿车和房车的“大众玫瑰车队”,至今已为一万多对新人提供了婚庆租车服务;又如异地机场接送互联专车的特色服务,让商务人士在双城旅程中享受到地面和空中交通“无缝”衔接的舒适和便捷。大众汽车租赁还将这些产品用电子商务的模式展现给了企业客户和个人客户,所有的努力就只为让客户体会到企业的内涵:诚信和专业。

兢兢业业, 用户满意的承载

大众汽车租赁的服务品质有口皆碑,“全国用户满意企业”称号的背后承载着公司员工兢兢业业的奉献。公司的每一位员工始终

以高标准、严要求来把握服务品质,在每一项业务中全力以赴,用自己点点滴滴的努力诠释着企业内涵,为这个品牌走向全国奠定基础。

今年 7 月,第 14 届世界游泳锦标赛在上海举行。为了让四方来客宾至如归,为了让祖国健儿全力拼搏,无数人在半个月甚至更长的时间里尽心竭力,用自己的敬业完成了各项配套服务,其中就有大众汽车租赁员工的身影。在浦东机场的 23 号口接机点,“大众汽车租赁”的接送机团队 24 小时轮流待命,半个多月中没人回过一次家。

7 月的那 20 多个日日夜夜转瞬即逝,对于这些日夜奋战在机场的驾驶员师傅来说,世锦赛似乎离得很远,又似乎离得很近。当泳池内外的喧嚣平静下来的时候,曾经从浦东机场 23 号口走出来的人们,也许记不起那些把他们送到酒店、送往赛场的驾驶员,但是大众汽车租赁的品牌,却深深印在了他们心里。而对于大众汽车租赁来说,每一次成功的服务,正是由这样的团队打造的。

几度春秋, 人在异乡的奋斗

大众汽车租赁的全国之路始于三年前的一天。当时有用户曾说:“我用惯了你们大众的车,现在人在北京,没有你们的车,真不习惯啊。”为了更好地服务用户,大众汽车租赁开始着眼全国性的布局,首站的目标定在了北京。要把上海的模式复制到北京,所要跨越的绝不仅仅是 1000 多公里的路程,还有上千年的时间沉淀下来的文化差异。水土的问题是难免的,然而“大众”一路坚持下来,在服务的过程中,融合了北京的豪爽热情和上海的严谨细腻,通过向商务人士和公务人士提供“导游式”服务为突破口,站稳了脚跟。往昔的那段日子,直到现在仍然像昨天那样清晰。这是 2007 年的“上海人在北京”,所有的艰辛和困难,这个远赴异地的团队都挺了过来。两年后,世博局的主席和秘书长坐着大众租赁的车参加了在京举办的第七届世博国际论坛。这一回,连通了北京和上海,那些早就在无锡、宁波、杭州出现的大众汽车租赁的身影,终于不再是散落四方的星星点点,一张坚实的网络把它们紧紧维系在了一起。

有了北京和上海周边地区的经验,大众汽车租赁把握契机,在 2010 年进驻广州和深圳,加快对珠江三角洲的覆盖。大众的做法没有什么奥妙:研究中国经济区域发展的趋势,分析企业客户的全国布局和迁移动态,

老总亲自带队,实地考察,仔细了解当地客户需求,最后建起了贯穿南北、横通西部的连锁之路。2011 年,公司再次拓展了自己的版图,打开了天津、苏州、南京、成都的市场大门,迎来了连锁企业新一轮的发展阶段。

坚持“四化”, 最佳服务的保障

高速的发展需要有力的保障。在大众人看来,这个问题也好解答——这就有了他们的“四化”:

■ **产品设计人性化** 设计服务产品时坚持“以人为本”,从不同区域、不同类型的客户需求中提炼共性,使服务产品更加贴近用户的工作和生活。

■ **服务控制专业化** 通过建立深层的管理程序,提供完整的员工岗前培训,使员工的服务制度化、标准化、规范化,实现服务质量从上海到全国的完美复制。

■ **管理系统信息化** 早在几年前,大众汽车租赁就投入大量资源,建成了一整套信息化管理系统,现在,这套系统已经拓展到全国的连锁分支,将庞大的业务数据和繁杂的记录信息分门别类,统一管理。用户无论从哪个城市预订服务,都能在最短的时间内得到反馈。

■ **服务评价社会化** 大众汽车租赁为了保持对服务质量评价的公正和客观,引入了“第三方满意测评”,通过了质量管理、环境管理和职业健康安全管理的“三体系”认证。

“四化”说到底还是为了更好的服务,大众人说到就一准儿做到。大众的出征团队初到天津之时,只是这座北地重镇里众多同行中的沧海一粟。怎么才能漂漂亮亮地打响第一炮,全公司的人都在期待。进驻天津的团队认准了老法子:拼服务,赢口碑。当大客户天津丰田汽车的高层领导来现场检验车辆时,天津大众租赁驾驶员们整齐的着装和他们身边簇新的车辆,给对方留下了深刻的印象,顺利拿下了订单。当时元月刚过,北方的城市,大多是天寒地冻,凝水成冰,天津临海,更兼多风。驾驶员们在这种天气里出完车已是不易,而按照服务标准,他们还得清洗发动机,保养车辆。停车场里条件有限,没有热水,更没有喷头。驾驶员们全靠水桶装水,一边用布沾湿了擦拭,一边小心着不能把水洒得到处都是。驾驶员们都是土生土长的天津人,虽然开车经验丰富,但他们不解为何要做这些以前从来不用做的事。天津的经理耐心地做通了每一个人的工作,就这样把这个在上海诞

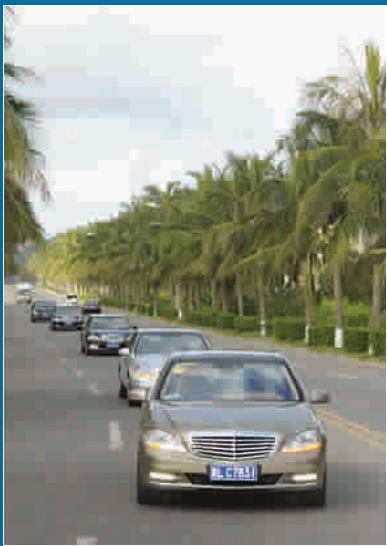
生的传统复制到了津城,在旁人惊讶甚至莫名的眼光中坚持了下来。他们的辛劳很快有了回报——一向重视服务质量的丰田很快大幅提升了租赁车的数量,在正月的鞭炮依稀回荡在人们耳边的时候,大众汽车租赁又在北方打开了一个新的市场。

这样的事情,对大众人来说,似乎早就习以为常。八月的北京,有位用户在机场不慎将自己的车钥匙一起锁到了租赁车的后备箱中。时针指向了夜晚的 10 点半,带着这么一个不能挪动的庞然大物,回家的路似乎一下子变得遥不可及。万般无奈的用户抱着试试看的心情拨通了大众租赁北京分公司的电话,却在意料之外听到了客服人员仍然抖擻的声音。在得到客服传来的紧急出车任务后,北京大众租赁的陈师傅立即抓上备用钥匙出发,赶过长长的 30 公里夜路,送到了用户手上。这时,时钟刚刚转过了半圈。用户的沮丧立即化作了兴高采烈——他能够在午夜之前回家。陈师傅却没有这般的幸运,他得把开来救急的车辆停回公司,然后再顶着满天星斗踏上归途。没有一班地铁会坚持到这么晚,当他终于从空无一人的街道上看见自己住的那幢楼时,日历早已翻到了新的一天。

结语

员工们的点滴努力汇水成海,让大众租赁的布局突破了两点一线的模式。通过各地的连锁机构,大众汽车租赁能用统一的服务标准为全国用户提供多样化的服务产品,让用户即使在不同城市间穿梭也依然能找到熟悉的租赁服务。如今,由北到南的区域式经营已初具规模,只需要一个本地的热线电话,用户就能在两地间享受舒适便捷的“一站式”服务——以“京沪两地接送机”互联的服务方式为起点,大众汽车租赁正式升级了北京、天津、上海、广州、深圳的南北五城接送机互联,并着手研发其他连锁服务产品。新推出的五城机场接送“秒杀”活动,在临近年末之时越发红火,而在秋冬季全面启动的“金秋品蟹游”、“秋冬温泉之旅”,以及“仙寓山品茶识香”等活动也颇受欢迎。大众汽车租赁追潮踏浪,为现代交通服务行业增添了一道亮彩。

未来五年,公司在华北、华东、华南、西南四大区域的十余座城市都将铺设连锁——一张全国区域的战略蓝图跃然纸上,为的就是实现十多年来的一个愿景:“大众租赁,服务全国”。



■ 梅赛德斯奔驰·三亚会务车队服务



■ 大众玫瑰车队·婚车服务



■ 2007 特奥会贵宾车队服务



■ 酒店配套租车合作签约仪式



■ 第 14 届世泳赛机场接送服务



■ F1 法拉利车队赛事配套服务



■ ATP 网球公开赛 VIP 接待