



小鱼智家·服务先行计划

Smart Fish Smart Home . Service First Plan

2023-4-26



目录

CONTENT

01. **计划概述**
Plan overview
02. **具体执行内容**
Specific implementation content
03. **工作汇总**
Summary of work
04. **存在的问题和困难**
Problems and difficulties



1. 计划概述





开展计划的原因

拓展和积累客户



为了更早的接触和服务客户，拓展客户资源。

提高公司知名度



通过服务先行，在市场中逐步树立“小鱼智家”的品牌，计划提升公司整体形象，扩大公司知名度，加强客户对小鱼智家的好感。

锻炼队伍.优化流程



通过服务先行，锻炼公司服务交付队伍，优化服务流程，提升服务交付能力。

重点：“服务先行计划”内容

- ◆ 2023年6月1日小鱼智家面向重庆主城区ABC类客户，提供数字化产品上门服务。





“服务先行计划” 内容-Part A 家庭用户

- ◆ **时间：** 2023年6月1日起正式对外宣传。 (可以与商汤象棋活动一起同步开展)
- ◆ **客户范围：** 重庆主城区的所有家庭客户和小微企业。
- ◆ **活动内容：** 小鱼智家面向客户**免费**提供数字产品的全方位服务. (每个家庭, 上限3次or3天)

产品类别：

- (1) 网络相关服务
- (2) 监控设备相关服务
- (3) 智能家居相关服务
- (4) 电脑PC手机、打印机相关服务
- (5) 智能电子产品相关服务等。

服务类别：

- (1) 安装调试
- (2) 使用培训
- (3) 故障排查
- (4) 巡检升级
- (5) 性能优化。

注：任何产品品牌、任何购买渠道的数字化产品，小鱼智家都将提供服务。



“服务先行计划” 内容-Part B+C 设备厂商+运营商

- ◆ **时间：** 2023年6月1日起正式与厂家和运营商洽谈。
- ◆ **客户：** 欧瑞博、华为、追觅、科沃斯、联通、电信、广电等。
- ◆ **活动内容：** 小鱼智家面向设备厂商及运营商的家庭客户提供数字产品的全方位服务，费用按照各个厂家服务外包价格进行谈判和合作。

产品类别：

- (1) 网络相关服务
- (2) 监控设备相关服务
- (3) 智能家居相关服务
- (4) 电脑PC手机、打印机相关服务
- (5) 智能电子产品相关服务等。

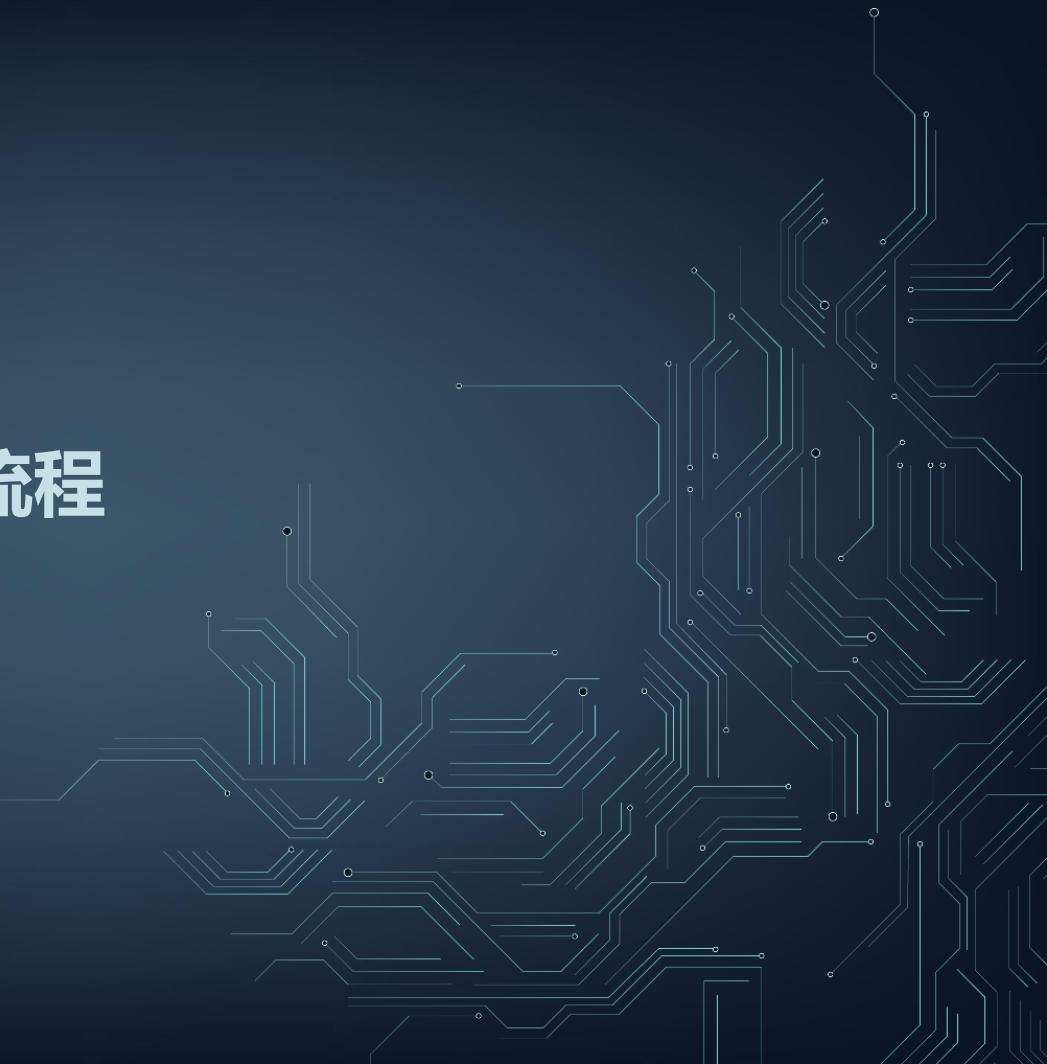
服务类别：

- (1) 安装调试
- (2) 使用培训
- (3) 故障排查
- (4) 巡检升级
- (5) 性能优化。

注：任何产品品牌、任何购买渠道的数字化产品，小鱼智家都将提供服务。



2. A类客户服务流程



客户服务入口



1

官方网站

客户可以登录小鱼智家
官方网站：
www.smartfish.com
打开**专属服务预约**页面，
进行服务预约。

(需开发-研发部)

2

微信公众号

客户通过关注小鱼智家
微信公众号，在对**专属
页面**，提交相关服务申
请。

(需开发-研发部)

3

400电话

客户可拨打小鱼智家电
话：**400-801-9527** 服
设定专属接听坐席，进
行服务预约，并查询服
务进度。

(需配置-服务部)

4

扫描二维码

客户可以扫描二维码直
接进行服务预约，可以
与官网联动。

(需开发-研发部)

7*24服务调度： (负责人： 金银兵)

- ◆ 公司设置专人，7*24小时关注各个平台的服务申请情况，要求5分钟内响应并实时处理。
(需要IT开发统一的服务受理平台)

1.了解情况和需求

需要从客户获取信息，了解相关情况。比如客户的姓名、电话、地址，什么设备出现了哪些故障等等。



2.能否远程解决故障

如果问题可以通过远程解决，选择电话指导、微信视频、远程技术支持等方式帮助客户解决问题。

3.现场人员安排

根据相关产品和技术问题安排对应的工程师前往现场解决。

根据客户所在的区域位置就近安排工程师前往。

现场服务人员：南岸+茶园、渝中片区-曾广；中央公园水土片区-金银兵；礼嘉蔡家片区-李卫云
江北、沙坪坝、石桥铺-张艺；大学城、微电园-徐林波、熊超群；九龙坡、大渡口、巴南区-待招聘

服务规范性



1. 统一着装

需要采购并且统一着装，长袖和短袖T恤各2件。

(负责人：梁缘)

2. 服务报告

任务完成后需要提交服务报告。制定电子版以及纸质版的报告模板。

(负责人：熊超群)

3. 问题解决思路

接到客户服务请求后，需要预测并罗列出后续提供服务的流程。此方面还需要培训和探讨。

(负责人：金银兵
李卫云)

4. 时效性要求

- 客户响应：5分钟内上
- 上门时间：当天或第二天。
- 解决时间：原则上当天解决。



3. BC类服务流程



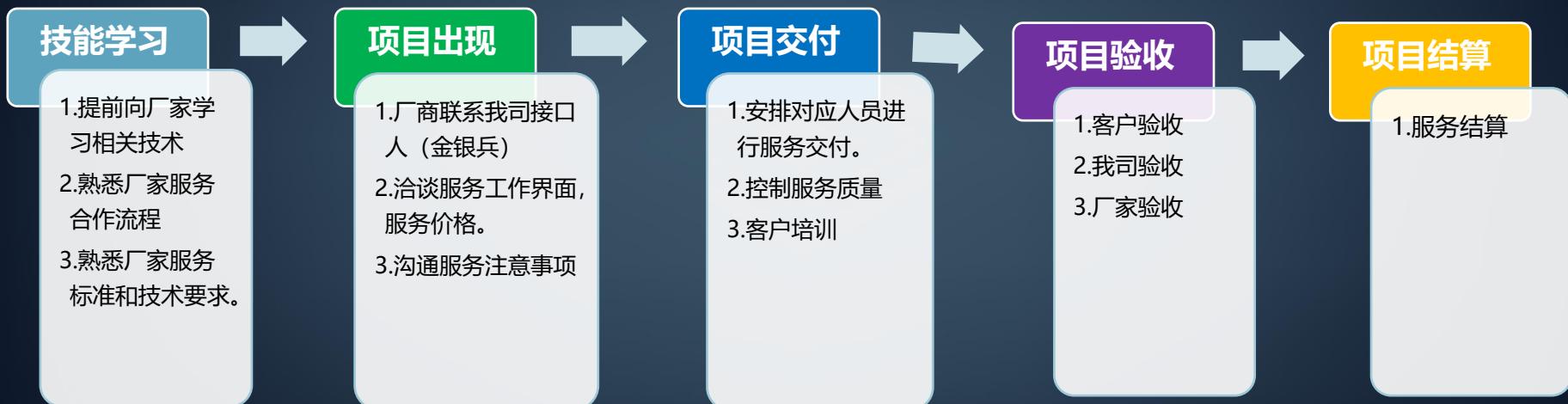
厂家及运营商服务流程

合作达成后

2023.5

服务项目

2023.6





3. 活动宣传与拓展





A类活动宣传

1.电子手册与微信长图

制作此次活动宣传的电子手册和微信长图。
(负责人: 朱春耀、刘飞。)

2.网站和公众号宣传

在公司官网以及小鱼智家微信公众号上进行宣传。
(负责人: 朱春耀、刘飞)



3.销售推广 (重点)

1.销售人员联系重点高端小区物业推广活动。
2.销售人员联系设计师等进行宣传。
3.象棋活动联动宣传 “服务先行” —刘袁
4.B类小微企业销售地推+扫楼。
(负责人: 销售代表)

4.广告

可以策划轻度的广告宣传。



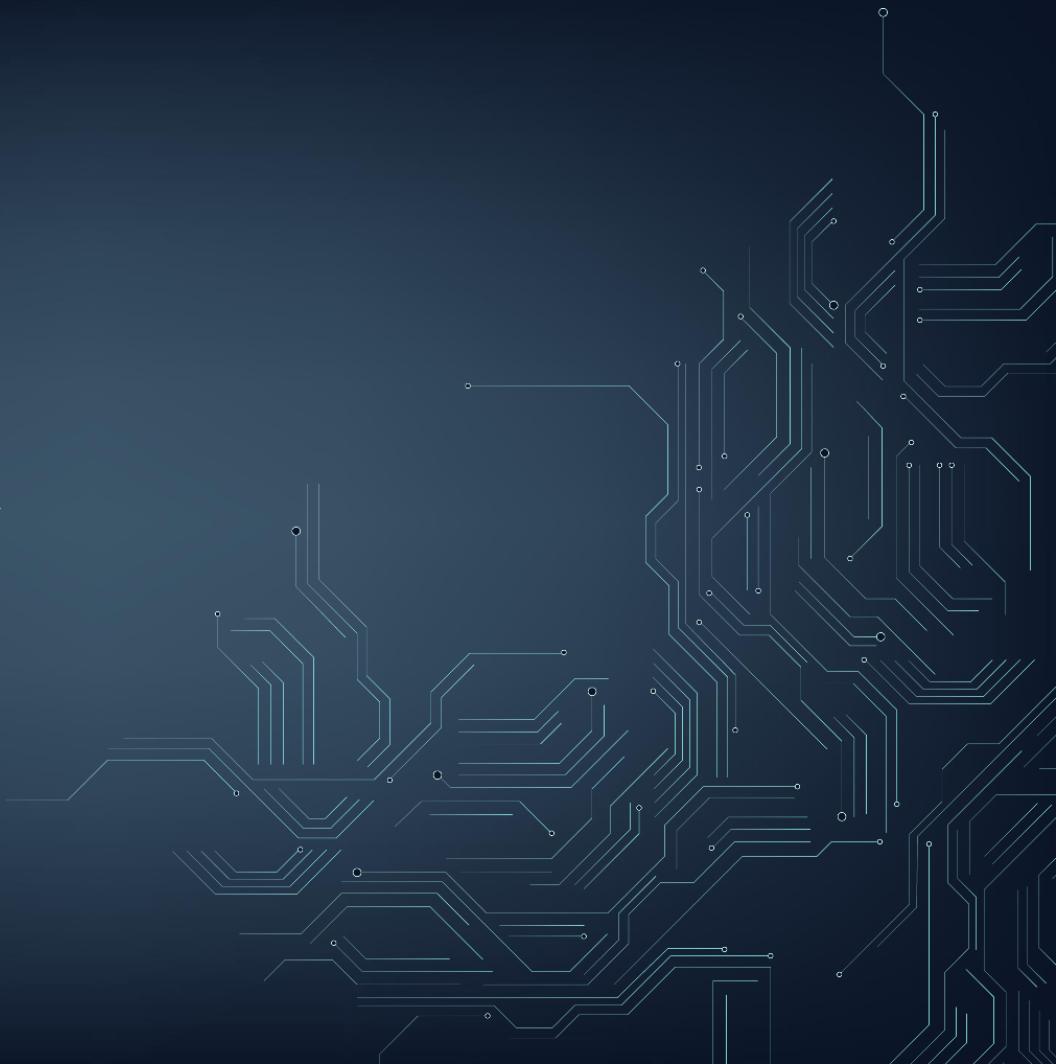
BC类活动拓展

◆ CD类，主要依靠销售代表和人脉关系进行拓展和洽谈。

- 欧瑞博、华为—邓成功
- 追觅、科沃斯—刘袁
- 联通、移动—陈斌
- 电信、广电—陈亮



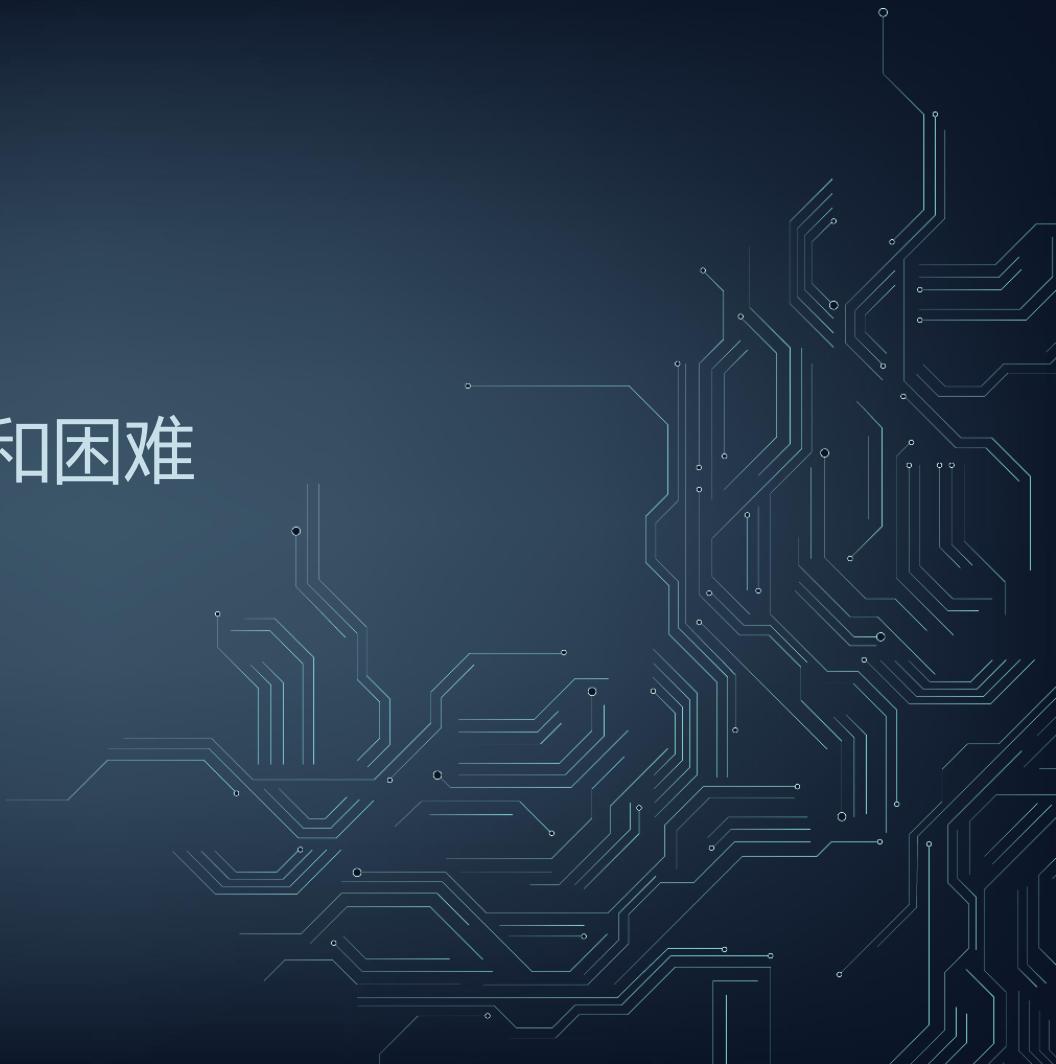
4. 准备工作汇总



各部门准备工作汇总：

序号	准备工作	责任人	完成时间
1	服务产品： 制定服务产品、梳理相关材料、定价	陈斌、唐忠平	5.26
2	对外宣传： 网站、微信公众号、服务调度小程序、宣传材料。	刘飞、朱春耀	5.26
3	服务能力： 对内培训，对内实验，经验总结，KMS案例库。	金银兵、各个L2	5.26
4	服务工具： 各个产品线需要明确使用的服务工具软件	各个产品部L2	5.26
5	服务调度： 策略研究，时效性保障，服务流程标准化、服务质量管理。	金银兵，李卫云	5.26
6	宣传拓展： 物业宣传、小区地推、商业地推	陈亮	6.30前
7	厂商合作： 欧瑞博、华为—邓成功；追觅、科沃斯—刘袁 联通、移动—陈斌；电信、广电—陈亮	如前	6.30前
8	服务回访： 400语音逻辑，400回访、小程序满意度反馈。	梁缘	随单
9	安全条款： 需要制定《安全责任书》提醒员工注意自身安全和客户安全	金银兵	5.26

5. 可能出现的问题和困难



可能出现的问题

- ◆ 现象1 (50%概率) : 石沉大海, 没有波澜, 没有服务需求。
- ◆ 现象2 (30%概率) : 适度的服务数量
- ◆ 现象3 (10%概率) : 需求太多, 供不应求。



问题1：人员经验不足

关于给客户提供服务的过程中会出现不可预测的问题, 人员没有足够的经验处理突发情况。

问题2：IT系统未就绪

客户提交服务请求后, 还没有系统的服务流程, 可能会出现服务进度缓慢。

问题3：宣传不到位

宣传方式足够, 但宣传力度不足。主要依靠销售人员。

问题4：人员调度问题

在提供服务的过程中, 响应不及时, 到场速度慢。



齐心协力 . 打响第一枪

Thanks