

# 旅交会开通紧急救助绿色通道

## 13支医疗组随会服务

本报讯(记者 曹燕 通讯员 志威)记者昨日从旅交会组委会获悉,省卫生厅已召开专题会议,安排部署旅交会医疗保健和食品卫生安全保障工作。河南省人民医院等3家医院被确定为急救服务定点医院,计划派出由39名卫生技术人员组成的13支医疗组到会服务。

按照要求,驻郑医疗卫生单位要高度重视旅交会,本着优先安排、精心准备、优质服务的原则,选派政治素质高、业务能力强、医德医风好、服务态度好、同时开通旅交会紧急救助绿色通道,全力以赴做好大会期间医疗和食品卫生安全工作。

按照2008中国国内旅游交易会组

委会活动保障部的具体安排,省卫生厅已制定了大型活动现场、代表驻地宾馆酒店等医疗保健和食品安全工作方案。河南省人民医院、郑州大学一附院、郑州大学二附院、河南中医学院一附院3家三级甲等医院被选定为本次医疗急救服务定点医院,计划派出由39名卫生技术人员组成13支医疗组到会服务。

# 图书市场看文明 莫让不雅毁书香

## 内部管理与读者素质均需提高

本报记者 刘玉娟 栾月琳 刘招 王影 实习生 李景开 李璐 文 李炎 图

我市已进入创建全国文明城市冲刺阶段,各行各业都在自查自纠,图书市场是否存在不文明现象?昨日,记者分头走进我市图书城、新华书店及图书馆等多家图书场所,看到了图书市场里还存在的不文明现象。

### 购书中心内乱发小广告

昨日,记者来到位于西太康路的郑州购书中心,在二楼电梯口,一名年轻姑娘递过来一张保健品宣传彩页,记者不感兴趣,却一时没见到垃圾箱,只好拿在手里。但环视电梯附近的书架,发现许多地方都有这被丢弃的宣传页。在一楼收银台,两名收银员在收银间隙大声聊天,与周围静谧的阅读氛围很不相称。

### 图书城如集贸市场

昨日下午4点,记者来到位于陇海西路与伏牛路交叉口西北角的郑州图书城。在西门口,记者看到卖烤红薯等各种小贩三五成群地围在门前。图书城内,三轮车、机动货车、自行车等各种车辆横七竖八停放,十分混乱。地面上,各种包装袋、塑料袋和纸屑等垃圾随处可见。记者发现,几乎每个店铺都存在突出店外经营的现象,有的店前桌子上堆满图书,有的干脆将图书放在地面上。记者采访了一位在此买书的中年女士,她颇有感触地说:“这里的环境就像个集贸市场。”

### 书店里“特色专柜”多

书店本是售书的地方,但在中原图书大厦,记者发现各类非图书商品专柜纷纷“傍”上书店。昨日,记者在中原图书大厦发现,三楼和四楼都在相当的区域内,设置了护眼、眼镜等商品专柜,凡走近专柜的读者,售货员都要向读者介绍商品功用。记者就此随机采访了读者,大家都表示书店是书香之地,应该让这些“特色专柜”远离书店。

昨天上午11点,记者来到中原图书大厦发现,许多书被人翻阅后不能放回原位,而是随便放到其他类书架上。虽然书店专门为读者设置了一些座椅,并在书架和过道的地上贴上了“请勿坐此看书”“请保持过道畅通”等友情提示语,但记者发现,相当一部分读者靠坐在书柜上看书,妨碍了其他读者选购图书。不仅如此,书架上部分图书的封面已经破损,由于翻阅的人过多,书页也变成了黑褐色。据工作人员反映,甚至还有一部分读者把自己需要的资料和图片偷偷剪下来带走。

### 看书随地坐靠 图书污损严重

在河南图书馆,借阅部副主任黄文兵捧出一大摞破损的图书告诉记者:“这些都是被读者损坏的图书,有的被挖天窗,有的干脆被掏芯只留下书皮,内容则被换成其他图书,借以蒙骗图书管理员。”

在河南图书馆,借阅部副主任黄文兵捧出一大摞破损的图书告诉记者:“这些都是被读者损坏的图书,有的被挖天窗,有的干脆被掏芯只留下书皮,内容则被换成其他图书,借以蒙骗图书管理员。”



## 研究生考试成绩开始查询

本报讯(记者 刘国润)记者昨日从省招考办获悉,我省今年硕士研究生入学考试成绩已经可以查询了。

(www.heao.com.cn)或河南省招生办公室网站(www.heao.gov.cn),进入“信息查询”栏目中的“研究生考试成绩查询”,输入考号即可查询硕士研究生入学考试成绩。

## 南航在豫招60名奥运空姐

### 开放户籍限制 欢迎农村选手报考

本报讯(记者 王文霞 通讯员 杨现利)今年南航将面向全国公开招聘500名空中小姐,为有史以来国内航空公司招聘空姐数量最多的一次。记者昨日从南航获悉,郑州作为本次大汇全国选拔的第一站,计划招收60名,并将于3月22、23日在二七广场二七塔南举行公开面试。

此次招聘是河南地区招聘人数最多的一次,基本招聘条件为18-25周岁,165-175厘米,大专(含)以上学历,同时一改以往国内航空公司只招收城镇户口居民的惯例,开放户籍限制,欢迎农村户籍选手的报考。据介绍,大赛最终的优胜者将执行南航奥运精品航班。



## 满山樱桃花 灿烂似云霞

昨天,记者在二七区樱桃沟看到,这里的沟沟坡坡都开满了灿烂的樱桃花,十里花海,满山飘香。有不少来自郑州美院、郑州摄影家协会的美术爱好者来此作画和摄影。

本报记者 安群英 通讯员 于建桥 摄

## 郑州移动客服2008 责任行动系列报道之二

# 便捷服务 诚信态度 金牌形象

本报记者 赵羲/文 宋笑琳/图

“金牌服务,满意100”,“EZ!行动”,“大后台,大服务”,还有坚持多年的“金点子征集”。

2008年,为了进一步优化服务,郑州移动推出了多种人性化的服务举措,重新梳理和完善了多项服务理念。

万变不离其宗,郑州移动的种种努力,最终可以归结为,为客户提供更加方便快捷的服务,以更为诚信的态度承担社会责任,从而树立起郑州移动的金牌服务形象。

### 形象缩影:3·15的努力

2008年的3月15日,是我国的第十二个消费者权益保护日,主题为“消费与责任”,保护消费者合法权益,改善消费环境,是全社会的共同责任。作为中原地区移动通信运营商的中流砥柱,郑州移动自然对这一天倍加重视。

3月15日恰逢郑州移动“金牌服务,满意100”系列活动之一,“总经理真情接访日”。上午9时,郑州移动公司管理层来到服务一线,在花园路营业厅以一线服务人员身份一对一接待客户,与客户零距离沟通,认真受理客户意见和建议。与此同时,郑州市各县分公司的经理也纷纷走到前台,参与客户接待日活动。

就在同一天,上午8时不到,郑州移动的工作人员就来到了人民路丹尼斯广场,参加“3·15”现场活动,在郑州移动的展台前,记者看到,客户非常踊跃地参加活动,不断提出有价值的建议和意见,郑州移动训练有素的客服



3·15当天,郑州移动开展广场活动。图为郑州移动工作人员现场对客户进行咨询和意见给予解答和解决。

人员耐心地认真记录,真诚地表示感谢。上午10时许,紫荆山百货门前广场,河南省“百城万店青年文明号促和谐信用示范周”活动启动仪式上,青年文明号集体代表郑州移动公司花园路营业厅向全省商贸企业青年文明号发出“诚信经营,保证商品质量,杜绝价格欺诈,强化优质服务”的倡议。

此外,3·15期间,郑州移动公司还认真部署了社会监督员座谈会、12315移动投诉受理热线等主题活动,从不同层面、不同渠道、不同角度与客户进行互动,自觉接受用户监督,主动加压升级诚信服务,强化公司责任意识。

并且,针对社会比较关注的消费投诉,郑州移动围绕投诉处理环节制定了“全员投诉处理方案”和“全员紧急预案”,启动“3·15”专项服务小组,监督投诉处理过程,协调公司各方资源全力提速投诉处理效率,及时化解投诉纠纷,防范不良影响扩大化和危机事件的发生,以和解促和谐,以和谐促发展,持续不断地提高客户投诉效率。

为了3·15做出如此周密的安排,自然不能简单地概括这是郑州移动的形象工程,这一天的努力其实可以看作郑州移动多年来对客服工作态度的缩影。客户就是上帝,是他们从不会忘记的铭条。

### 形象升华:理念的整合

2008年,在集团公司号召下,郑州移动公司全面启动



为更加方便客户缴费、查询,郑州移动在营业厅开办网上营业厅专区。图为移动工作人员帮助客户上网查询打印话费详单。



郑州移动公司建立了“总经理真情接访日”长效机制,每月15日上午定期开展一次总经理接访活动。图为郑州移动分公司副总经理马润洲在相关部门负责人的陪同下,在纬三路营业厅对前来咨询、发表意见和建议的客户进行一一接待,详细询问客户的需求,对客户意见进行现场解决,现场反馈到各相关部门逐一落实,受到现场客户的一致赞赏。

对丰富的业务,服务窗口经常出现排长队的现象。“EZ!行动”中,郑州移动从客户排队等候入手,围绕工作实际开发现场管控流程,建立“现场管控工具表”将服务管理划分为7个关键环节,增强一线管理人员对现场管理的关注和现场服务执行情况,实现营业厅现场管理流程趋于标准化、规范化。帮助一线准确高效地主动为客户服务,有效分流了客户,减少整体客户等候时间,全面打造便捷服务形象,使服务窗口到处都是绿色通道。

一线窗口出现的问题经常不能得到及时的解决,严重影响员工和客户的感知。为有效解决此类问题,“EZ!行动”中,郑州移动针对一线支撑问题建立回馈平台,主动深入一线征集服务、营销、支撑三方面的问题,根据问题完善工作中存在的漏洞,并及时调整工作方向和方法。

“EZ!行动”中,建立“快乐服务、服务快乐”的服务文化也是一个重要目标。为激励一线员工工作积极性和主动性,郑州移动通过服务文化建设、创新管理、服务评优、专项奖励等项目提高员工参与积极性,促进员工业务水平和团队合力的提升。此外,针对营业厅员工中怀孕女员工所占比例较大,为切实保障女员工的合法权益,郑州移动实施了人性化地管理措施,对育龄女员工在孕期、产期、哺乳期的岗位进行灵活安排,设立孕妇关怀室,设置“爱心岗”、合理调配休息时间等系列关爱行动,让她们孕期充分感受移动大家庭的关怀,提高了员工服务企业的忠诚度。

郑州移动负责人表示,“EZ!行动”的开展真正做到了客户需求处理前移,实现多方资源和优势互补,有效提升公司基础管理水平整体提升,全面提升客户满意度。

2008年是郑州移动公司成立的第9个年头,9年磨砺,郑州移动通过艰苦卓绝的努力塑造了朴实无华的玄铁重剑,重剑无锋,大巧不工。最为关键的是,成绩不曾使他们停滞不前,他们还会一如既往地继续努力下去。

### 形象塑造:服务的体现

一个公司形象的塑造,最终取决于这个公司的产品和服务。产品的研发或许有局限,而服务的进步永无止境。郑州移动不断推出的服务举措记者这里难以尽述,但窥一斑而知全貌,从坚持了一年多的“EZ!行动”你就可以看出郑州移动的良好形象是如何塑造的。

手机客户的剧增,首先遇到挑战的是服务窗口。面