

# 第四批市级文保单位公布

## 共有173处

本报枣庄5月4日讯(见习记者 李淼)记者在枣庄市文物管理委员会办公室了解到,为了加强枣庄市文物保护和管理,继承和弘扬文化遗产,在当前开展的枣庄市第三次全国文物普查的基础上,枣庄市人

民政府公布了第四批173处文物保护单位。

此次公布的市级文物保护单位类别和范围都是具有重要价值的古遗址、古墓葬、古建筑、石窟及石刻、近代重要史迹和代表性建筑、工业遗产等。经枣庄

市文管办组织文博专家对文本材料认真地研究和评选,在全市700余处区级和第三次文物普查新发现的不可移动文物中,遴选出最有价值的173处予以申报,表明了该文物保护单位的价值在全市所处的重

要位置。

此次公布的173处市级文保单位,涵盖了所有的文物类别,其中古遗址66处、古墓葬33处、古建筑32处、石窟寺及石刻6处、近现代重要史迹及代表性建筑35处和其他1处。

### 第三次文物普查 登记文物1479处

本报枣庄5月4日讯(见习记者 李淼)第三次全国文物普查是国务院开展的一项重大国情国力调查的重要组成部分。此次文物普查涉及面广,专业性强,持续时间长,是当前我国最大规模、首要的文化遗产保护工作,是确保国家历史文化遗产安全的重要措施。记者在枣庄市第三次全国文物普查办

公室了解到,枣庄市第三次文物普查工作已经基本结束。

全市64个乡镇街全部进行了文物调查,启动率100%,完成率100%,共调查登记不可移动文物1479处,其中新发现857处,复查622处,消失120处。2011年,枣庄市第三次文物普查工作将转入数据库建设阶段。

### 文物相关事项 纳入建设项目联合审批程序

本报枣庄5月4日讯(见习记者 李淼)记者在枣庄市文化广电新闻出版局了解到,枣庄市文物相关事项在全省范围内第一个纳入建设项目联合审批程序当中,将可能埋藏文物和文物保护单位范围内进行基本建设项目等四项事宜纳入到其中,目前在全省范围内第一个也是唯一一个完成此项目的城市。

市行政审批中心多次就枣庄市文广新局在可能埋藏文物和文物保护单位范围内进行基本建设项目等四项事宜召开联席会议,并与住建、规划、消防、人防、气象、地震、国土、文物等部门进行了多方沟通,并最终达成共识,将文物相关事宜加入到联合审批制度当中来,这标志着枣庄市文物保护工作将更加有序、更加规范地得到实施。

2011年以来,枣庄



## 你有意愿 我来帮办

为进一步鼓励和支持大学生村官自主创业,4月29日,滕州市委组织部专门成立了大学生村官创业服务办公室,开通创业服务热线电话5513712,实行“你有意愿,我来帮办”的保姆式服务,受到了大学生村官的欢迎。

见习记者 白雪岩 通讯员 刘大林 杨德伟 摄

# 用心服务 满意100 枣庄移动倾心打造“满意100”服务体系

随着通信技术日益标准化,通信业务日趋同质化。作为移动通信企业,如何保持基业长青,唯有提供更加优质的服务。枣庄移动始终坚持服务创新,把服务当成企业的生命线,贯穿于企业经营全过程。自2006年“满意100”服务品牌活动开展以来,枣庄移动先后推出了“诚信服务、满意100”、“金牌服务、满意100”、“便捷服务、满意100”、“用心服务、满意100”等一系列服务品牌创建活动,倡导以客户为导向的大服务理念,从客户感知出发,狠抓服务基础工作,逐步形成了决策组织、目标责任、管理监控、考核评价的立体化服务体系,服务成绩多年位居全省同行业前列,分别获得2010年“枣庄十大服务名牌”、“山东省消费者满意单位”等荣誉称号,振兴路营业厅获得“全国级青年文明号”、“枣庄市十大文明服务窗口”、“五星级营业厅”等,“用心服务、满意100”服务品牌在山东省省长质量奖评选活动荣获“山东省服务名牌”称号。

通报分析,提升了员工对服务工作的重视。这项制度的实施,为公司及时掌握客户需求、发现经营问题、提高客户响应速度奠定了基础。与此同时,公司还建立了全业务管理体系,定期召开“网络服务联席会”,围绕客户需求和感知规划网络建设工作,有效满足客户对网络信号的需求。

通过上述制度的实施,枣庄移动不断强化大服务理念,完善以客户为导向的服务决策机制,增强了员工对满足客户需求,重视客户服务的认同,提高了跨部门协作服务意识,形成了以客户为导向的大服务氛围。

### 二、构建全方位的“大服务”管控体系

做好客户服务工作不是一个部门的事情,而是公司上下共同协作、全局性的工作。枣庄移动结合工作实际,在建立以客户为导向的服务决策机制的基础上,建章立制,完善服务管理机制,重视压力传递与员工激励,构建了全方位的“大服务”保障体系。

(一)建立服务目标责任制  
年初明确年度服务目标,并将服务目标逐级分解,建立从市公司到区县公司、服务主管、营业厅主任、营业员的服务责任传递体系,五级服务主体分层落实服务管理及服务措施,有效实施服务压力传递。

(二)建立服务质量监

控机制  
通过客户满意度问卷调查,集团、省、地市三级服务监督检查、服务监督卡、社会监督员、服务质量月分析、日通报、热点问题总经理督办等形式,实现了事前、事中、事后的服务全过程管理。

### (三)建立服务考核评价机制

建立服务质量立体考核模式,采取区县公司服务质量目标考核、星级班组服务质量竞赛、营业员服务质量垂直考核的服务绩效考核机制,通过开展星级班组、服务明星评选活动、业务技能大赛、总经理基金奖励等激励措施,初步建立了“横向到边、纵向到底、责任到人、快速相应”的服务质量管理管控体系,使大服务意识不断深化。

### 三、搭建个性化、特色服务体系

在当今客户需求个性化、多元化的时代,如何做好服务的标准化、差异化和特色化,是摆在企业面前的一个课题。枣庄公司在加强标准化服务的同时,更加注重服务创新与细节管理,精心打造服务名牌,把“用心服务、满意100”作为枣庄本地人性化服务品牌,以创建服务名牌为抓手,实施特色化服务体系建设工作。

### (一)营业厅窗口实行“三三式”管理

营业厅窗口实行“三三式”管理:三个关键(关键时刻、关键部位、关键问题)、三个走动

(走动式检查、走动式培训、走动式指导)、三个环节(班前准备、班中督导、班后总结)。——“三三式”管理体现了营业窗口的精确管理理念,是过程管理、动态管理、细节管理和系统管理的执行过程,通过“三三式”管理措施的实施,营业服务满意度明显提升。

### (二)实施细节管理,提升服务标准化水平

从细节管理提升营业服务质量,在营业厅推行5S管理,从营业员统一的发型、着装,到厅内外的清洁卫生,再到所有物品(包括营业前台、后台)的定位、定量摆放,均提出严格的规范和要求。同时开展创建温馨营业厅活动,从客户的感观着手,让用户亲切、舒适为

主题,对厅内设施、休息区、VIP室进行美化点缀,对营业员进行微笑训练,使客户找到宾至如归的感觉。积极组织营业厅开展服务创新,激发了全员的服务热情,推动枣庄移动服务水平不断提升。

### (三)加强员工培训,激活服务热情

新员工首先进行岗前培训,取得任职资格证书后,才能上岗;针对在职员工制定员工技能提升培训计划,根据不同岗位制定不同的培训内容,由内部培训师或外聘培训师进行定期的专业技能提升培训。

定期采取《服务信息月报》、《合理化建议》和《员工调查》等形式,引导

员工树立正确的价值观和工作观。开展创先争优活动和星级管理,在营销队伍中推行星级管理,定期评选并及时兑现旅游、奖金等奖励。定期发新工装、节日福利保障,夏天降温用品,冬天羽绒服、取暖费,用心做好员工的劳动保障工作。通过这一管理措施,调动了大家争先创优、争创服务明星的工作热情。

枣庄移动持续打造“满意100”服务体系,使移动服务质量不断提升,服务环境不断优化,服务机制不断健全,相信随着服务体系建设的不断深入,枣庄移动将会以更优质的服务回报广大客户的信任和期待。

(移动客服部)

