上午被骗五千九,下午取钱银行多给一万五

威海“破烂王”虽破财不贪财

本报威海3月2日讯(记者 王震) 上午刚被骗子骗走5900元,下午取款时银行竟多给了15000元。面对天降巨款,刚破财的威海“破烂王”郑田龙不为所动,主动将现金退给银行。

2日上午,右眼失明的郑田龙像往常一样蹬着三轮车外出收废品。刚出门不久,两个男青年从一辆轿车上下来把他拦住,问他是否收废铜。双方谈好价格后,两名男青年便让郑田龙从车后备箱里卸废铜。装了半袋时,郑田龙去拿秤砣,再回来时两个男青年已将袋子装满,并用铜丝将袋口扎住。

废铜总重260斤,应付5900元。郑田龙身上只有400元,他便来到附近一家超市,向熟识的店长张先生借了5500元。尽管张先生提醒郑田龙不要收购来历不明的废铜,但想到这笔买卖可以赚不少钱,郑田龙没有在意,便把钱给了两名男子。回到家中打开袋子,郑田龙才发现“废铜”其实都是土块、沙石。

被骗后,郑田龙懊恼不已,但借的钱不能不还。2日下午2时许,郑田龙拿着一张21000元的存单到一家农业银行网点取款。郑田龙要取6000元,因为不识字,取款单据都由工作人员代填。不多时,郑田龙拿到现金和一张新存单,他也没仔细看就装进了口袋。随后,郑田龙到超市还钱。

在帮郑田龙点钱时,张先生发现,郑田龙给他的这笔现金竟是21000元,再一看郑田龙的存单,存款额显示为15000元。郑田龙这才意识到,银行工作人员多给了他15000元。

“昧心钱,我一分也不能要。”郑田龙是乳山市育黎镇人,年轻时右眼受伤,最后失明,后来又遭遇车祸,断了右脚,是四级伤残。现在郑田龙还要供养孙子生活、读书,日子非常艰辛。虽然上午刚刚破财,但郑田龙还是当即决定把钱还给银行,免得银行工作人员着急。

2日下午4时许,记者跟随郑田龙、张先生来到取款的农业银行网点,郑田龙将15000元钱退还给银行,银行的工作人员连声道谢。

▶2日下午,身有残疾的郑田龙(左)还钱时才发现银行多给了15000元。 本报记者 王震 摄

协和学院杯
短消息大赛
齐鲁晚报·山东协和学院联合主办
电话:0531-88795666 88795777
读者评报专线96706

潍坊安丘:

万名师生志愿者上街学雷锋

本报潍坊3月2日讯(记者 李涛 通讯员 振升 晓丽) 1日,潍坊安丘市实验小学学雷锋志愿者们走上街头、走进社区、走向商业街等公共场所,集中开展了清理垃圾、清洁道路护栏、清除城市“牛皮癣”等环境美化志愿服务活动。在“雷锋日”到来之际,安丘已有12000多名师生志愿者走上街头开展学雷锋志愿活动。

莱芜:

武警官兵接力照顾孤寡老人

本报莱芜3月2日讯(闫秀玲 李连茂 张振) 1日,武警莱芜支队官兵来到莱芜市光荣院,给老人们送去鸡蛋等慰问品,陪老人聊天,以实际行动传承“雷锋精神”。

武警莱芜支队政治处主任张菁介绍,十多年来,每逢节假日,支队官兵都会抽时间过来看看老人,和老人聊聊天,虽然官兵们已经换了一拨又一拨,但新兵们总会接过照顾老人的接力棒。

晚报志愿服务队首日引千人报名

省外读者发来设计的LOGO

本报济南3月2日讯(记者 陈伟) 2日,本报将成立志愿服务队,征集志愿者的消息见报后,首日即吸引了近千人报名。湖南株洲一市民还发来他所设计的LOGO,志愿服务队伍的名称以及服务主题语。

2日一大早,本报热线响个不停,很多读者打来电话,积极给晚报志愿者队伍起名字、想服务主题语、设计LOGO。市民张女士说,她是一名退休教师,平时在家也没事,想帮着大家做点事,又不知从何做起。“看到齐鲁晚报要成立志愿服务队伍,我就赶紧报了名。别的事情帮不上忙,给孩子当个义务家教还是可以的,尽自己的一分力量。”张女士说。

如果您想加入本报志愿服务队伍,可拨打热线96706126报名。如果您对本报志愿服务队伍的名称、主题语和LOGO有好的建议或想法,除了拨打96706126外,还可发邮件至qlwbdpc@163.com,或通过齐鲁晚报官方微博(http://weibo.com/qlwb)参与。

行业唯一 12年坚持 免费清洗

美的坚持树立服务军令状的底气何在?

从12年前最开始在空调领域开始的清洗保养服务,到如今的空调、冰箱、洗衣机、中央空调四大品类的联合免费清洗保养大行动,美的始终关注家电产品的使用安全和用户的健康体验,成为业内坚持免费清洗保养服务时间最长、力度最大的企业,也成为家电行业树立“服务军令状”的倡导者。

美的敢于树立“服务军令状”,其底气何在?山东美的制冷产品销售有限公司总经理范哲仁表示,“美的之所以敢于十二年始终坚持为用户提供免费清洗保养服务,源于美的‘用户至上’的服务理念。美的在多年市场竞争中,以巨大的责任感和使命感,不断构建完善的‘七量’服务体系,以感恩回馈用户的心态、以差异化的服务措施不断积累用户的满意度,造就了如今的口碑。”

创新服务措施:

差异化服务回报用户

在差异化服务策略上,美的总是开行业之先河。

今年,美的再次启动春季清洗保养服务大行动。2012年3月1日至2012年3月20日期间,凡购买美的空调、冰箱、洗衣机超过1年的用户,拨打美的服务热线:4008899315;购买中央空调超过1年的用户拨打美的中央空调服务热线:4008229229,均可享受美的专业服务人员免费上门清洗保养等超值服务。

业内专家表示,企业服务应基于消费者的价值需求,从价值供应上重新树立消费者至上的观念,从价值观和服务理念上彻底改变固有的思维模式,并在组织结构、流程设计和员工激励等方面充分体现新的服务理念。作为国内家电领导企业,美的早已深刻认识到提升消费者价值的重要性,在家电价格和质量趋于同质化的市场现状下,美的将深化服务作为提升消费者价值的突破口,为用户带来产品物超的生活体验。

据悉,此次美的免费享送的空调、冰箱、洗衣机和中央空调的“体检保健”,其内容包括:美的空调重点检查电源线路的安全性,并对过滤网、蒸发器等重要部件清洗保养;美的冰箱除了外观清洗,还涉及门封清洁和冷藏冷冻室内胆、除霜等保养;美的洗衣机则将对用电、用水的安全性进行细致检查,还将对洗衣机内筒清零浸泡和清洁;美的中央空调将清洗冷凝器翅片、清洗室外机机点、清洗室外机内部管路等。此外,上述所有家电在清洗保养过程中,美的专业售后服务人员都要进行整机进行性能的检测,也将讲授家电使用的小常识,提高人们的安全意识和家电使用效率。

范总透露,“每年仅清洗保养一项,美的投入的资金就超过亿元,这完全是对美的用户的回馈”。

笔者了解到,早在12年前,美的便率先在空调业推出了上门清洗保养的特色服务内容,并在国内家电服务业开创了差异化服务的先河。而美的家用空调清洗服务标准则因其广泛的适应性和对行业服务的规范作用,于2010年升格行业标准,全国各部市获颁布向全国推行。

“美的正在最开完全不在的服务营销,让服务成为顾客向他人炫耀的资本。”业内专家分析道,提供与竞争对手与众不同的差异化服务,是美的独树一帜的制胜之道。差异化服务是一个品牌区别于其他竞争对手的独特服务。只有当企业的服务价值是竞争对手所不能创造和提供的、差异化的、个性化的,才能够通过服务营销创造、维系顾客忠诚度和好口碑。

完善服务网络:

践行用户至上树口碑

质量和服务是百年品牌的生命,优质商品的内在质量价值通过品牌而得到体现,满意周到的服务成为品牌的附加价值。百年老店除了注重产品的质量,还注重服务制胜,为顾客提供超值服务,以此来增强品牌的价值,达到吸引顾客的目的。

作为中国白色家电行业的领袖,美的正在以提升用户生活价值为导向,通过不断完善服务网络,使消费者享受全方位的服务保障。

目前,美的已形成行业最完善的服务体系,并积极打造以“七个量”为基本内容的全满意服务,即“网点量完善、工程师量专业、响应量及时、回访量全面、机制量健全、享受量超值、态度量热诚”,从服务品质上不断提升用户体验,获得了社会各界与全国各地消费者的高度认可。

据悉,美的成立了国内家电业最大的顾客服务呼叫中心,并能够提供特殊方面服务,设立了白色家电、小家电产品服务热线,24小时响应消费者服务请求,为消费者提供投诉、咨询及安装服务。在产品服务上,美的以创新的服务理念、完善的服务机制打造市场服务口碑,不断提升消费者对产品的满意度,公司的服务网点已覆盖全国所有县级以上的城市和部分乡镇,并不断提升服务的响应速度。

范总表示,中国家电服务经历了从无到有、从混乱到完善、从为销售服务到成为市场竞争关键因素的快速变革,家电市场已经整体步入服务竞争的时代。作为国内白色家电行业领导者,美的见证了行业的发展历程,并始终以消费者需求为导向全面引领白色家电行业的服务竞争,将对全行业企业完善服务质量起到最大的促进作用。