

60周年新安利:用卓越体验提升消费者权益

1月17日,中国消费者协会公布了2019消费维权年主题“信用让消费更放心”。近年来,在大数据、人工智能、区块链等新技术推动下,“线下体验”与“线上社群”深度融合的新零售,让消费不断升级,但假冒伪劣、虚假宣传、霸王条款等损害消费者权益的情况却时有发生。如何才能切实保障并提升消费者的权益?即将成立60周年的安利认为,唯有坚持生产安全优质的产品,优化消费体验,不断满足和保障消费新需求,才能走在提升消费者权益的前列。

匠心品质 引领自然生活

在最纯净的土壤种植,在最适合的时间采收。生产的每一步,都严格按照规范,精心呵护,让自然的精华体现在每一个产品中,这就是安利旗下的营养保健品牌安利纽崔莱。从种子到成品,从生产到包装,全程严苛把控,每一步都可追溯,用匠心将最安全优质的产品送到消费者手中。

安利60年如一日,始终坚持为消费者提供优质产品和服务。根据我国《消费者权益保护法》的规定,消费者享有“7天无理由退货”的权利。为了让消费者享受到国际水准的消费保障,安利在此基础上,推出了30天无忧退货保障机制。在保障期内,顾客如对购买的产品不满意,可以依据公司规定在30天内随时退换货。甚至对于已开封使用的日化产品、美容化妆品等,如果使用未过半,都可退货并获得等值购物券补偿。

安利连续12年荣获中国食品安全



安利打造多个线下社群活动,落实体验战略。

年会颁发的“百家诚信示范单位”称号;连续8年荣获中国质量检验协会颁发的“全国产品和服务质量诚信示范企业”称号。安利用优质安全的产品和卓越的服务,让消费不断升级。

多维体验 提供个性化解方案

面对消费升级和体验经济大潮,消费者需要的不仅是产品,而是融合产品和服务的个性化解方案,甚至是一种生活方式。近年来,安利积极动作,陆续实施数字化战略、体验战略和年轻化战略,打造线上移动电商平台,布局线下体验馆、体验店,开展社群经济,为消费者提供全新的安利式O2O卓越体验。

在线上,安利不断完善数字化平台建设,优化网购体验。2017年“安利云购”全新升级,深度整合了包括安利易联网、安利数码港APP等多个PC端和移动端的自有电商平台,可

对消费者行为进行记忆与分析,智能化推荐产品,精准化满足和引导消费需求。而2018年9月上线的“安利微购”平台,更是吸引年轻人,在工作之余也能轻松兼职“轻创业”,收入即时可见。截至目前,安利自有线上平台上产生的销售额已超过安利年销售额的80%,发展成为中国颇具规模的O2O直销电商平台。

在线下,安利的体验实体升级也在稳步推进。从2014年至2019年年初,在国内建成96家体验实体,覆盖了全国核心城市、大部分省会城市以及区域经济中心城市。全国店铺的升级改造预计2019年全部完成,届时现有的266家体验实体及传统店铺,将全面转型为体验实体。通过差异化定位,更好地服务消费者,落体验战略。

智能服务 时效全面升级

在物流端,安利与京东物流合作,打造高效的物流配送体系,为安利自有移动社交电商平台“安利云购”,提供面向终端消费者的物流配送服务,并为安利提供店铺补货等其他仓储物流服务。目前,安利家居送货一、二线城市24小时即可到达,偏远地区也缩短到3天以内。

随着智能技术的发展,安利早在2017年4月就引入智能客服机器人“小安助手”,7*24小时随时在线,有效解决消费者非工作时间找不到客服咨询、长时间排队等待客服响应等问题,一经推出便受到了市场的热烈欢迎,月交互量高达70万。截至目前,智能机器人可以解决90%的顾客问题、回复准确率高达98%、顾客满意度高达97%,这是安利推进智能客服的高效创新举措。

“3·15世界消费者权益保护日”来临之际,安利再次提醒广大消费者:“正品源于正道”,请选择从安利营销人员、店铺、安利云购等正规渠道购买安利产品,享受安利式卓越体验,莫贪便宜,谨防其他渠道假货侵害。



安利与京东物流合作,打造高效物流配送。