



2013 家居企业 售后服务质量 调查报告权威发布

随着家居产品同质化日趋严重，家居品牌的竞争也由围绕产品质量和价格的竞争，逐步演变为服务体系的竞争。近来，众多家居品牌不断提升服务水平，大打“服务”牌如：先行赔付、质保5年、免费设计、免费检测等。尽管如此，家居行业面临的消费者投诉问题却越来越多，出现问题后商家一再拖延、拒绝赔付，商家未承担应该承担的责任的情况时有发生。服务是用来炒作的噱头还是市场竞争的利器？家居行业的服务水平究竟为何？为检验家居行业的服务水平，网易家居从2011年开始，连续三年策划“315家居企业售后服务电话调查”。期望以此帮助家居企业发现服务中的问题，提升家居行业售后服务水平。

目录

一、 调查目的和评分标准.....	3
1.1 调查背景.....	3
1.2 调查概况.....	3
1.3 计分标准:	3
二、 调查结果概述.....	5
2.1 十大行业平均分比较.....	6
2.2 十大行业售后电话免费率比较.....	7
2.3 十大行业售后电话接通率比较.....	8
2.4 十大行业售后电话态度好评率比较.....	9
2.5 十大行业售后电话问题解决率比较.....	11
三. 分行业详述.....	13
3.1 厨电篇.....	13
3.2 家具篇.....	17
3.3 衣柜篇.....	21
3.4 橱柜篇.....	25
3.5 卫浴篇.....	29
3.6 瓷砖篇.....	33
3.7 地板篇.....	37
3.8 涂料篇.....	40
3.9 壁纸篇.....	44
3.10 门窗篇.....	48
四、 售后服务建议.....	51

2013网易315家居企业售后服务电话调查报告(全文)

一、 调查目的和评分标准

1.1 调查背景

随着家居产品同质化日趋严重，家居品牌的竞争也由围绕产品质量和价格的竞争，逐步演变为服务体系的竞争。近来，众多家居品牌不断提升服务水平，大打“服务”牌如：先行赔付、质保5年、免费设计、免费检测等。

尽管如此，家居行业面临的消费者投诉问题却越来越多，出现问题后商家一再拖延、拒绝赔付，商家未承担应该承担的责任的情况时有发生。服务是用来炒作的噱头还是市场竞争的利器？家居行业的服务水平究竟为何？

1.2 调查概况

为检验家居行业的服务水平，网易家居从2011年开始，连续三年策划“315家居企业售后服务电话调查”，该项活动得到了消费者、消协、企业、媒体等多方肯定。借2013年315契机，“315家居企业售后服务电话调查”对家居行业260个知名品牌的售后服务进行了一场大检阅。

为能尽量公正客观的反应行业的整体服务水平，网易家居精选了网友投诉问题较集中的瓷砖、卫浴、衣柜、橱柜、家具、地板、厨房电器、油漆涂料、壁纸、门窗十个行业，每个行业的调查品牌基本覆盖一线品牌，及较知名的二线品牌。调查数量为：家具品牌70个，瓷砖品牌30个，卫浴品牌35个、橱柜品牌25个，衣柜品牌20个，地板品牌25个，厨房卫浴家电品牌15个，门窗15个，壁纸15、油漆涂料10个，总数为260个。

网易家居调查人员分别在工作日和休息日三个不同时间段，在不提供保修卡和发票的情况下，模拟网友遭遇的产品质量问题，对企业的售后服务品质进行调查，从而获得了这样一份特殊的调查报告。尽管这种抽样随机式的暗访无法全面反映某一品牌客服的整体水平，但却可以帮助我们发现不少问题。

1.3 计分标准：

评分项目从能否方便快捷找到售后服务电话、售后电话是否收费、电话接通率、服务态度、投诉是否能得到专业解决方案这五大方面进行打分。分别在一个工作日的上午、一个工作日的下午和一个周末进行拨打，每次拨打详细记录得分和点评。三次拨打电话的分数进行相加，得出最后的总分。

项目	分值	说明
官网是否有服务电话	11分	无官网，无服务电话皆为0分
服务电话是否收费	5分	官网有全国统一的免费电话800,以及400、9510免漫游电话的得5分，其余电话得0分
电话是否拨得通	45分（三次，每次15分）	分三个时段拨打，工作日上下午各一次，节假日一次；每个时段拨不通，时段内会重拨两次，响断为止。拨一次接通15分，拨两次接通10，拨三次接通5分，不通0分
服务态度	15分（三次，每次分ABC三档） A:5分，B:3分，C:0分	A:5分 服务态度良好为A
		B:3分 服务态度一般为C
		C:0分 态度恶劣或打不通的当次，态度为C
能否解决问题	24分（三次，每次分ABC三档） A:8分，B:4分，C:0分	<p>A：一站式解决，或提供详细指引，指向其内部部门或经销商解决；</p> <p>B：让用户自己找配件，自行维修；</p> <p>C：简单回绝</p> <p>（注意，厂商提出收费也是合理要求，不影响计分）</p>

二、调查结果概述

2013年整个售后服务电话品质调查持续了两周，调查结果显示厨电行业的售后服务连续三年夺冠厨房卫浴电器以83.73夺冠，是唯一平均分超过80分的行业。厨电行业的售后服务整体水平依然是家居行业的标杆。

在2013年的调查结果中，我们发现到衣柜和卫浴行业的售后服务水平正以强劲的势头追赶，今年涂料行业更是以100%电话免费率的好成绩在该项加冕，这也与涂料行业调查样本偏少，多为知名品牌相关。可见国际国内的知名涂料品牌对售后服务的重视程度。

衣柜行业各项调查指标相比去年都有所改善，平均得分为79.75，在十大行业中排名第二。此次调查的衣柜品牌共20个，成绩超过60分的企业共有18家，及格率是90%，比去年上升了近2成。在售后电话服务态度好评率上，衣柜行业在十个行业中排名第一。

2013年有两个行业的平均得分不及格：壁纸行业得分58.13，排在倒数第一；瓷砖行业得分59.53，排在倒数第二。今年瓷砖行业的平均得分摆脱了连续两年垫底的命运，却未能及格，较2012的60.76分还略有下降。

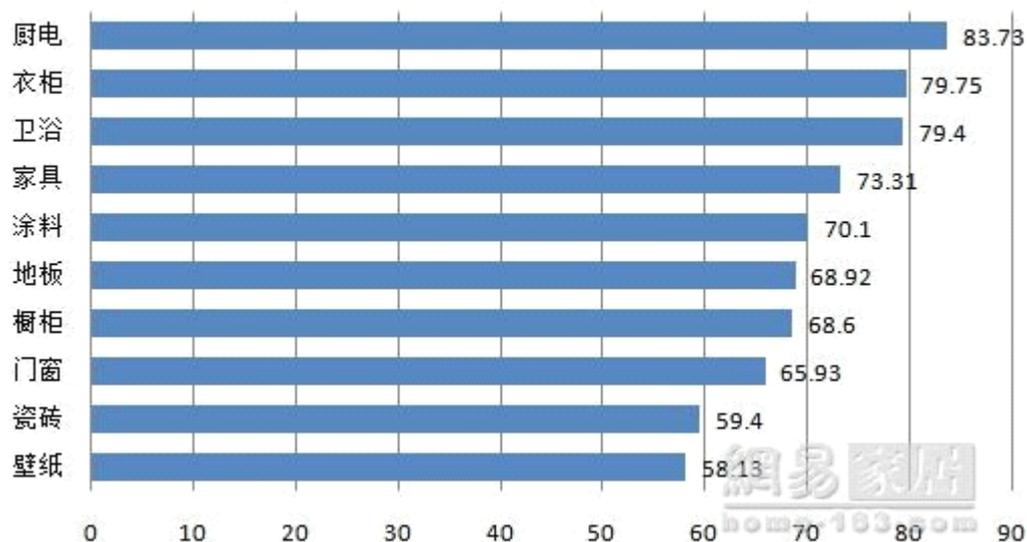
瓷砖壁纸行业在今年的调查中得分都不理想，这与其行业特性有关系。瓷砖、壁纸、地板等建材产品属于半成品，售后服务需要依托经销商来完成，因此企业本身可能更注重经销商的培训。据了解，马可波罗瓷砖在2012年的经销商大会上，请来了海底捞的董事长现身说法为其经销商传授服务的秘诀，足见该企业对服务的重视。然而在网易家居的调查中发现，马可波罗瓷砖的售后服务电话节假日无人接听，而瓷砖行业得分较高的企业，周末的接听率非常高。可见瓷砖行业的大佬在售后服务环节也有亟待完善的地方。

值得一提的是，2013年调查的十大行业260个品牌中，有20个品牌获得了100分满分的成绩。其中包括，厨电类方太，衣柜类联邦高登、好莱客，卫浴类箭牌、TOTO、欧路莎，油漆涂料类立邦、三棵树，壁纸类特普丽，地板类圣象、大自然，家具类掌上明珠、慕思、松堡王国、亚振、宜华、雅兰、联邦，橱柜类欧派、金牌等。

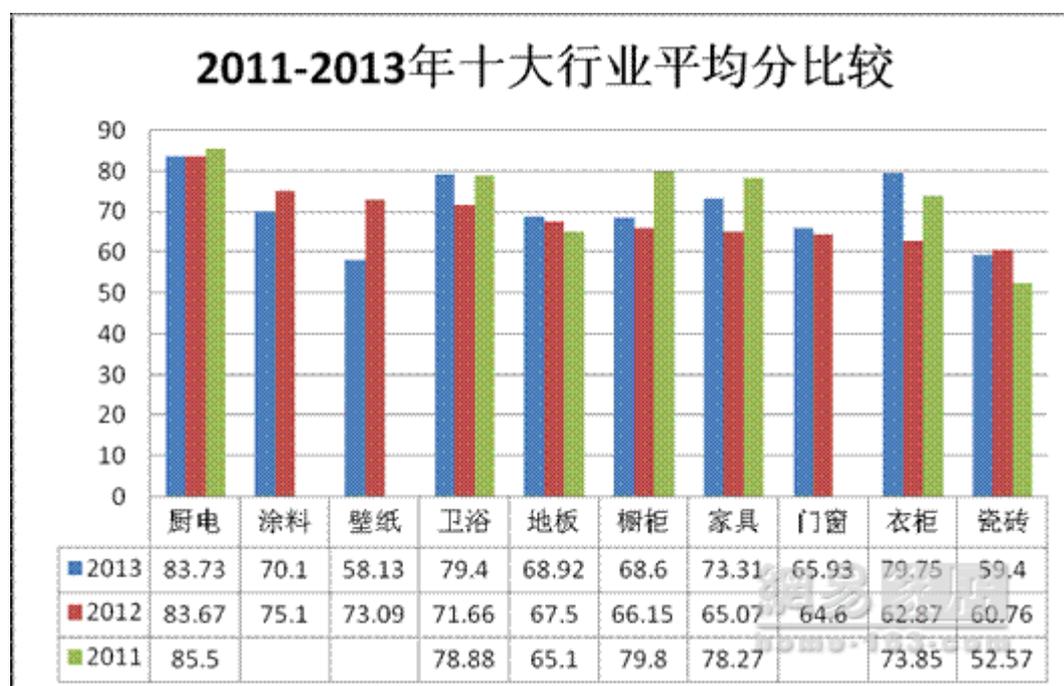
2.1 十大行业平均分比较

从平均得分来看，厨房卫浴电器以83.73夺冠，是唯一平均分超过80分的行业。平均分在70-80分之间的行业有4个，分别是衣柜、卫浴、家具、涂料。

十大行业平均分比较



2011-2013年十大行业平均分比较

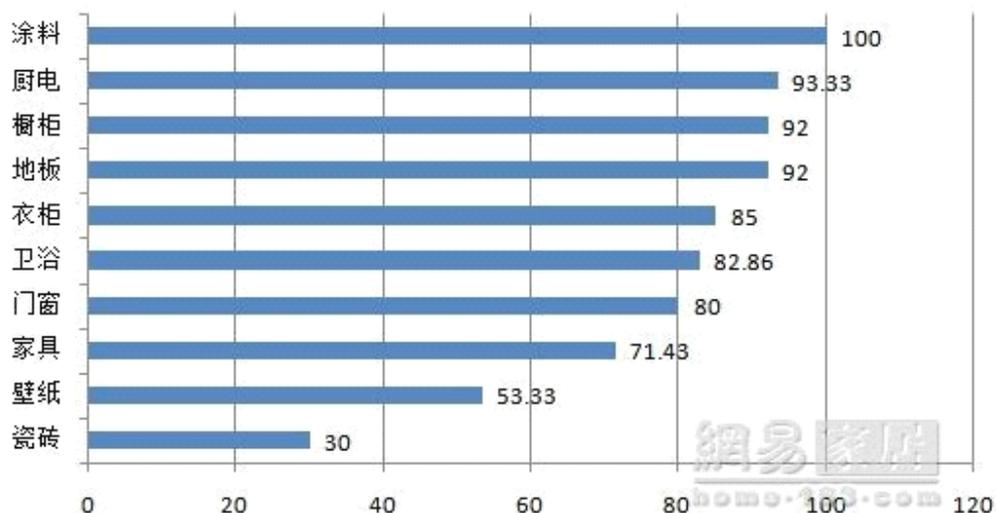


与去年所调查的十个行业平均分均在60分以上不同，今年有两个行业的平均分不及格：壁纸和瓷砖。瓷砖去年以60.76分掠过及格线，今年又重蹈2011年覆辙，下滑到及格分以下，而壁纸去年以73.06分夺得亚军，今年仅得到58.13分，排在倒数第一位。

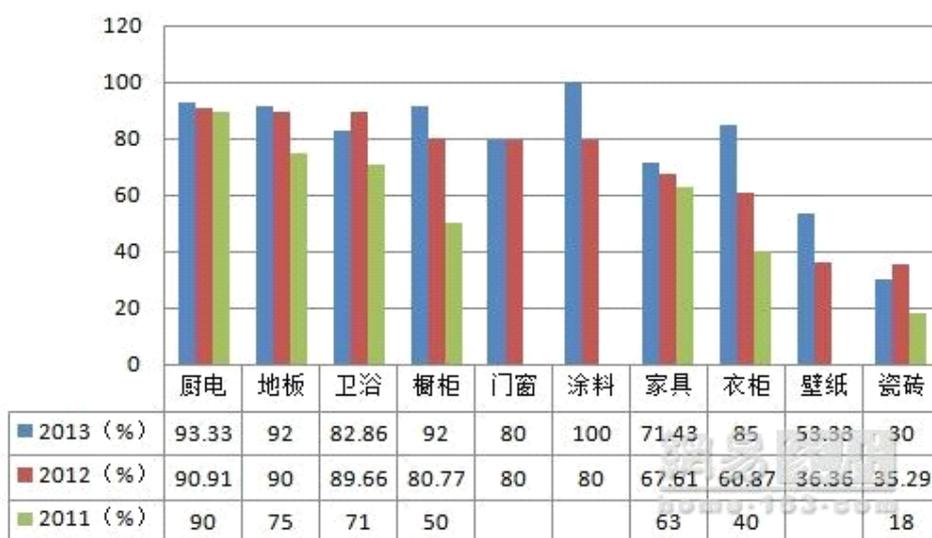
2.2 十大行业售后电话免费率比较

从免费率来看，大多数行业在售后电话免费率上均有所提升，免费率超过9成的有涂料、厨电、橱柜、地板，其中调查的10个涂料品牌都开通了400、800或9510的免费或免漫游费的售后服务热线。涂料行业以100%的免费率排在第一位，当然，2013年调查的涂料企业基本为国际国内一线品牌。

十大行业售后电话免费率比较



2011-2013十大行业免费率比较

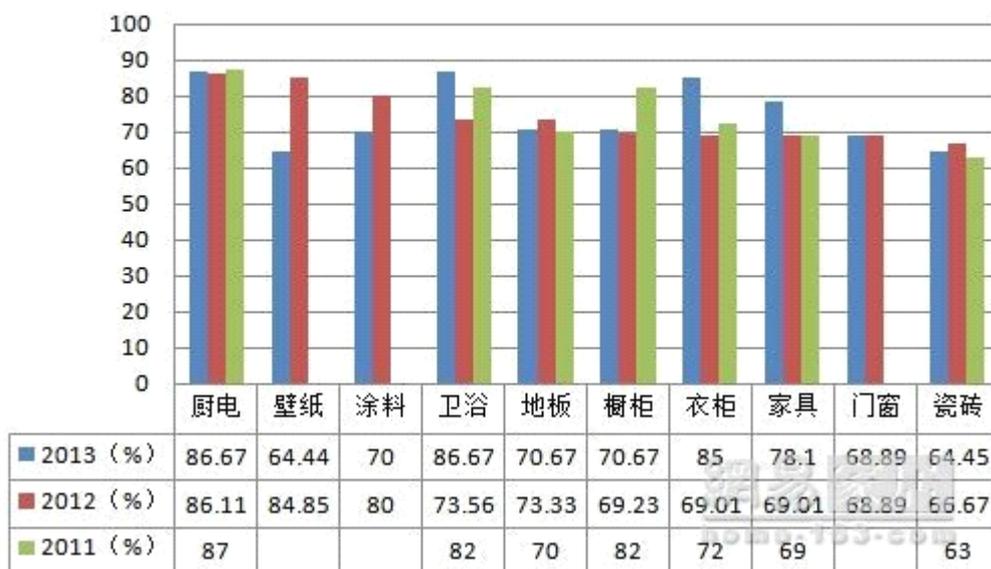


卫浴和瓷砖行业的售后服务电话免费率，相比去年反而略有下降，瓷砖行业仅3成售后服务电话免费或免漫游费，在3年的调查中瓷砖行业电话免费率倒数“三连冠”，企业这方面的重视程度还有待增强。

2.3 十大行业售后电话接通率比较

从接通率来看，十大行业均在及格线以上，卫浴和厨电以 86.67% 的接通率夺冠，衣柜行业的接通率也在 80% 以上。十个行业的周末的接通率均低于各行业整体接通率。

2011-2013 十大行业接通率比较

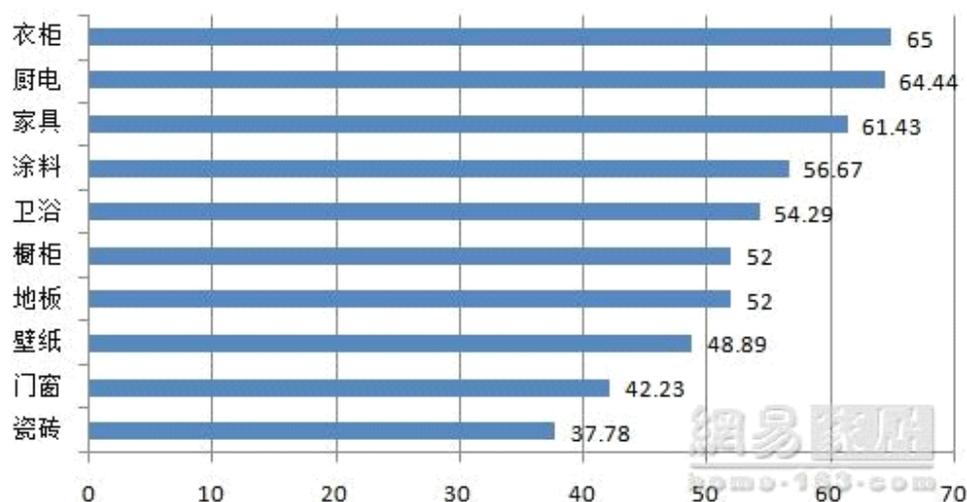


调查发现，电话免费率与接通率并不成正比，如今年涂料行业的电话免费率高达100%，相比去年上升了2成，接通率反而下降了1成，有30%的电话无人接听。在三轮电话调查中，有企业的售后热线一直处于忙音状态，电话形同虚设。更有甚者，涂料行业平均分垫底的威士伯，调查人员拨打其官网提供的电话，语音提示的居然是“欢迎致电阳光保险……车险报案请按1……”

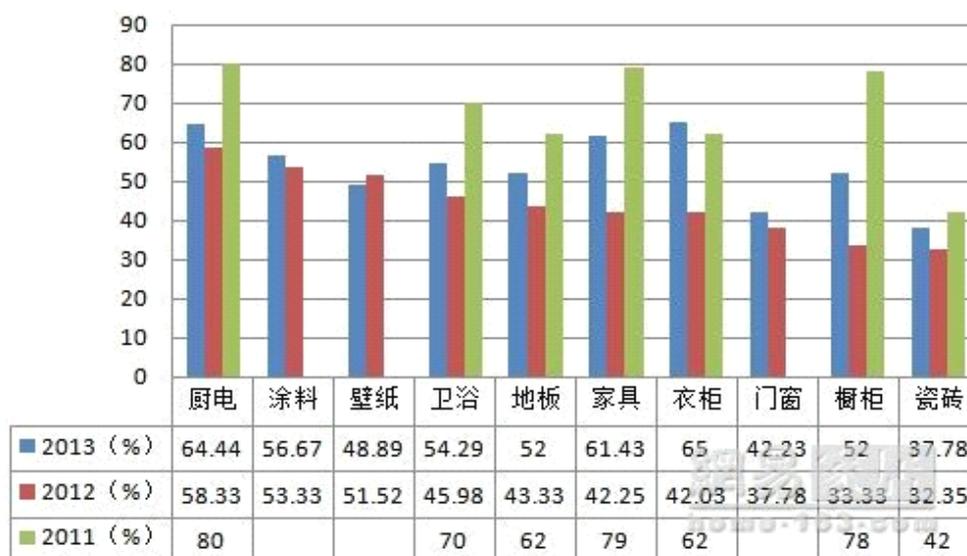
2.4 十大行业售后电话态度好评率比较

从服务态度来看，60分以上的行业有衣柜、厨电、家具，其中衣柜以65%的好评率卫冕，相比去年有2成的提高，可见衣柜行业客服人员的业务素质有所提高。调查发现，同一个企业的客服人员业务素质也参差不齐，如调查人员在不同时间段拨通劳卡的客服电话，客服人员的态度不尽相同。

十大行业售后电话态度好评率比较



2011-2013十大行业好评率比较



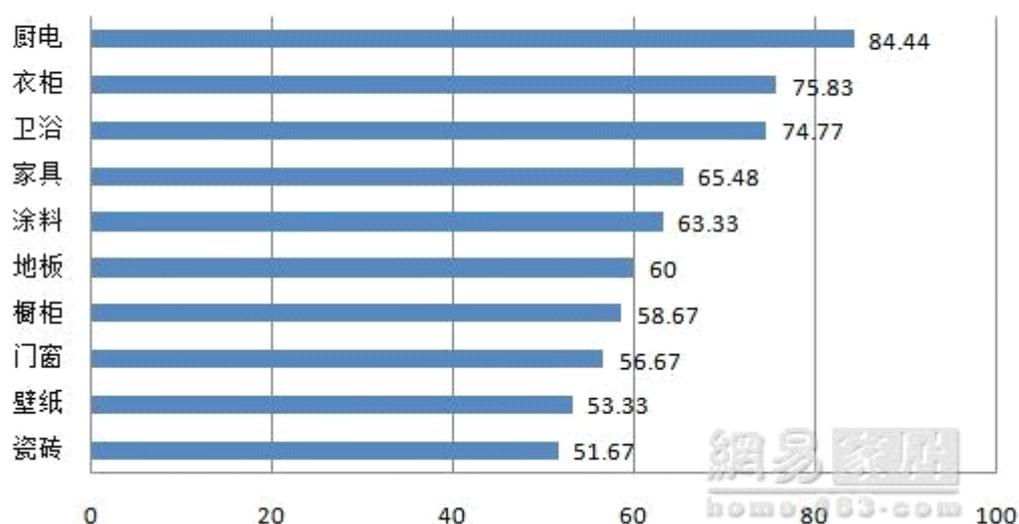
与去年相比，仅壁纸行业的售后态度好评率有所下滑，9个行业均有所提高，但各个行业的差评率都不容乐观。其中，壁纸行业的差评率高达48.89%，客服人员态度生硬甚至恶劣，急于推脱责任，完全不帮消费者解决问题，有企业客服人员甚至直接扔出一句“我们的

墙纸不可以退换”。

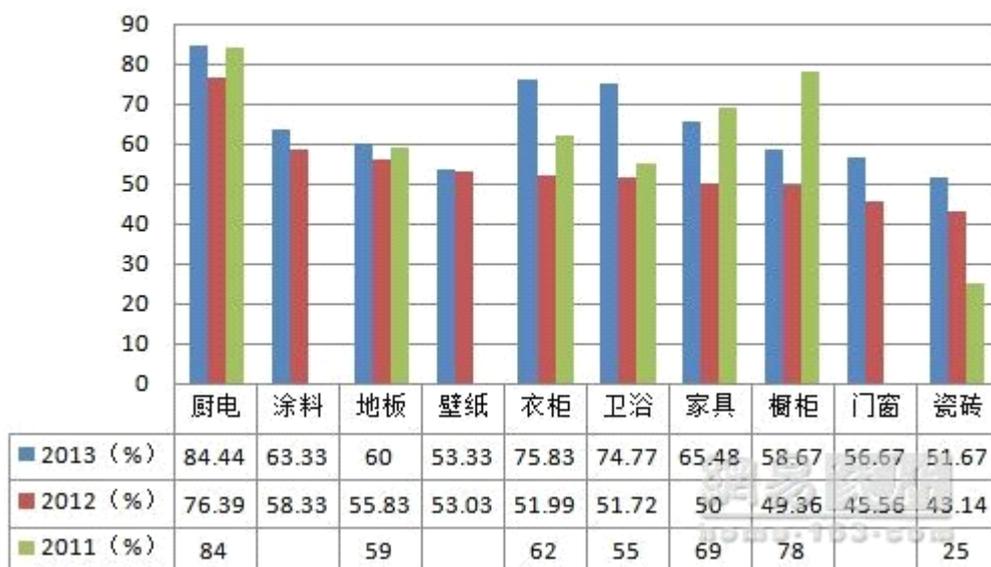
2.5 十大行业售后电话问题解决率比较

从问题解决率来看，十大行业相比去年都有所提高，厨电行业以 84.44% 的分数再次加冕，在该项三连冠。衣柜和卫浴行业以强劲的势头追赶，在问题解决率上比去年都有大幅度的提升，分别排在第二、第三位。

十大行业售后电话问题解决率比较



2011-2013 十大行业解决率比较



在去年的调查中，除了厨电行业以 76.39% 的问题解决率遥遥领先，其他行业均不及格，今年只有 4 个行业不及格，分别是厨电、门窗、壁纸、瓷砖。

在电话调查中，有企业客服人员主动询问信息，并表示将派人上门维修，或者将信息反馈给经销商，但也有客服人员只提供经销商电话，需要消费者自己与经销商联系。消费者打电话投诉，总希望问题可以得到一站式解决，越来越多的企业大打“服务牌”，企业服务意识增强的同时，更应把服务做到实处。

三.分行业详述

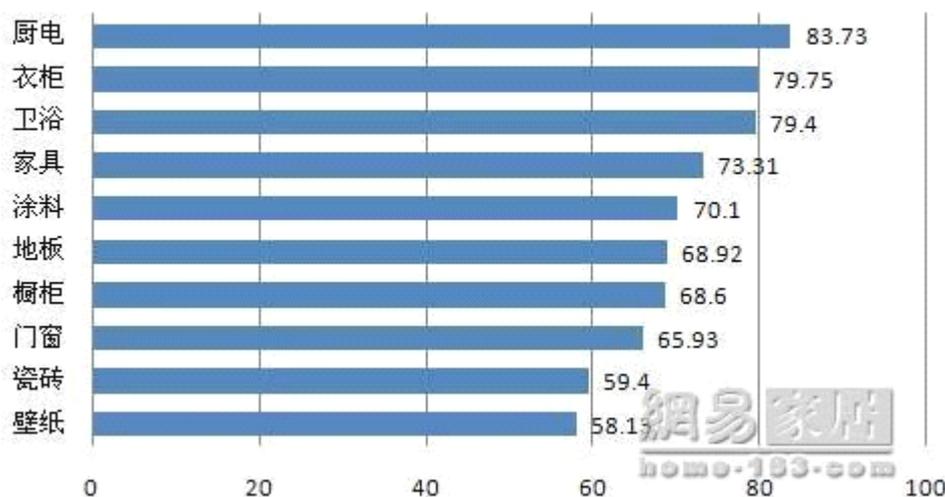
3.1 厨电篇

历时两周的调查显示,厨电行业是所调查的10个行业中唯一一个平均分超过80分的行业,足见厨电行业的客服体系依然值得其他家居行业学习和借鉴。今年厨电行业各项指标相较去年均有所提升,其中方太获得了100分的成绩。

厨卫电器行业连续三年夺冠

厨房电器三大件分别为:灶具、消毒柜、抽油烟机,卫生间电器主要是热水器。厨房是家里水、电、煤气、天然气的交汇处,安全隐患也比较多,因此,安全性成了衡量厨电产品质量好坏的重要指标。本次调查模拟的问题也主要厨卫电器产品的性能出发,针对消费者日常生活中厨房电器常遇的问题,如:煤气灶煤气味道重漏气、抽油烟机风轮不转等问题,模拟消费者投诉,对各大厨电品牌进行电话调查。

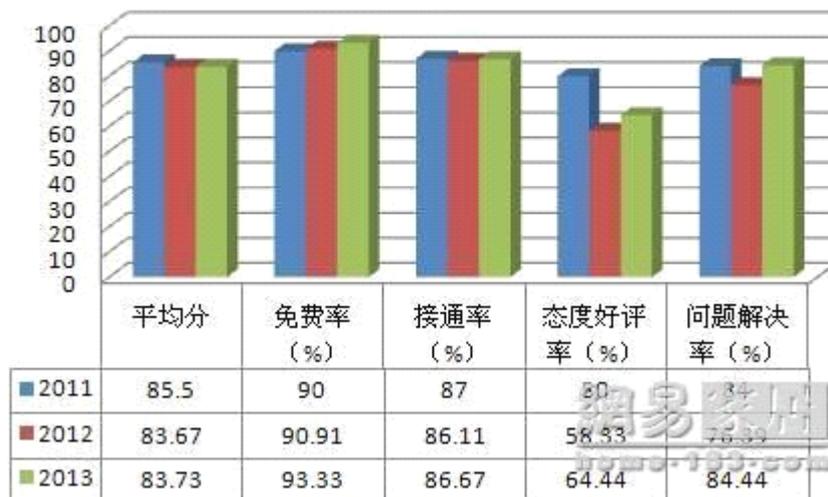
十大行业平均分比较



调查结果显示,调查的10个行业中,厨电行业取得83.73的平均分,连续三年排名第一。厨电行业也是所调查的10个行业中唯一一个平均分超过80分的行业,足见厨电行业的客服体系依然值得其他家居行业学习和借鉴。

今年厨电行业售后调查的平均分、免费率、接通率、问题解决率、态度好评率等指标较2012年均有所提升。

2011、2012、2013调查指标对比



调查人员发现，厨卫电器行业的售后服务人员专业知识储备比其他行业强，不少客服人员当场就能解释投诉问题的原因，并能提供专门的技术人员进行指引维修。客服态度热情，也非常有耐心。

解决方案等级比例



方太、美的、德意的售后服务还承诺24小时内派人上门维修，帮客户解决问题。大部分的厨电企业建立了完善售后服务系统，将用户购买产品时留下手机信息建档，方便追踪查询每单销售的产品。厨电行业售后服务问题解决好评率达78.72%，问题解决率达84.44%。

问题解决率



厨电品牌售后服务系统做得非常完善，但此次的调查发现，也有一些厨电品牌的售后服务仍然存在不足之处，比如：华帝和樱花两个品牌在拨打全国热线后没有相应的系统进行查询和登记，只能提供各地售后的电话。

方太夺冠 樱花“蝉联”倒数第一

在调查的15个品牌中，方太获得了满分的成绩。万家乐、樱花两个品牌得分不及格。今年的调查中方太的客服人员在电话接通，问题处理，态度等方面均获得了好评，获得了100分的成绩。

厨电售后服务得分排行榜



客服电话无人接听导致部分品牌得分较低。樱花在三轮电话调查中，有一轮工作日调查、一轮周末调查电话无法接通，因此仅得了39分。继2012年周末调查无法接通得69分垫底后，今年樱花以39分的成绩“蝉联”倒数第一。

美的在工作日的一轮电话调查中，客服人员有点“木讷”，被扣了2分的态度分，但是还是能非常专业的给出建议。海尔客服人员在一次电话调查中，让调查人员先自行检查修理，

被怀疑有推卸责任，因此也扣了2分，但客服人员给出了处理的建议，若自行处理还是不能解决问题，将在24小时内派维修人员上门服务。

总体而言，厨电行业的售后服务系统较为完善，是家居其他行业售后服务的标杆，部分厨电企业仍需完善企业的售后服务体系，为消费者提供更好、更优质的服务。

下一篇：家具篇

3.2 家具篇

历时两周的调查显示，家具行业售后服务平均得分73.31分，在调查的10类家居行业中，家具行业的平均得分排名第四，位列厨电、衣柜、卫浴行业之后。

今年家具行业平均得分排名比较靠前，客服电话的免费率、接通率、态度好评率、问题解决率等各项指标较去年均有所提高。有7家企业获得了满分的成绩，同时也有15家企业得分在60分以下。

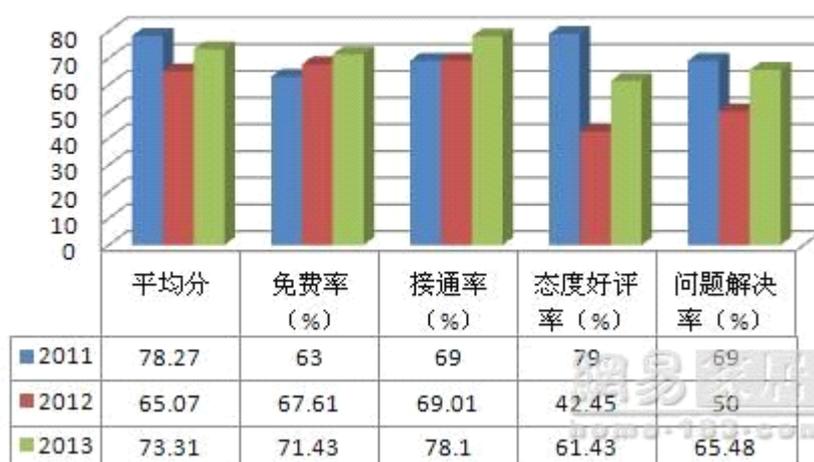
售后服务总体水平较2012年有所提升

315是家居行业开年后的第一个节点，所有企业都在为3月份的促销，促销以后企业的售后部门将面临很多挑战，各种投诉接踵而至。家具企业会如何应对消费者的投诉？能否为消费者提供承诺过的售后服务？为检验家具行业的售后服务水平，网易家居调查人员针对家具行业投诉最多的产品质量问题，如：实木产品表面开裂、沙发坐垫塌陷、电视柜门板螺丝松脱等问题，模拟网友遭遇的产品问题，对70个一二线家具企业售后服务品质进行调查。

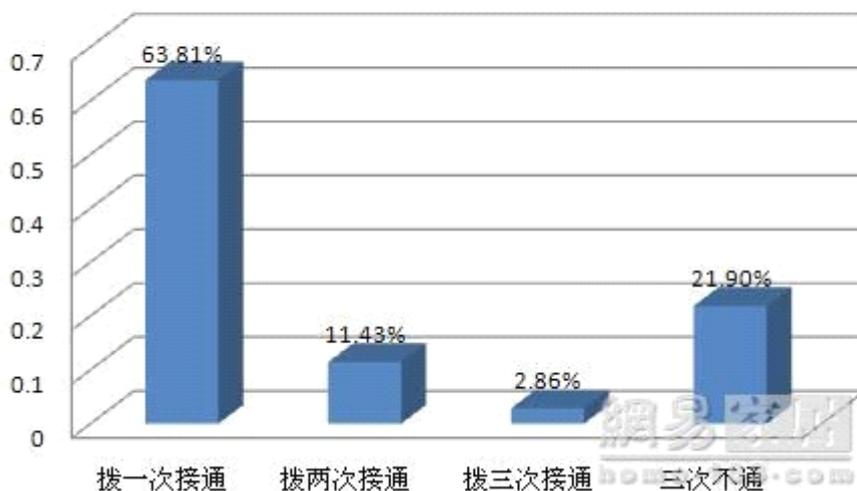
2012年得分在95分以上的企业有12家，而2013年调查的70家企业中，得分在95分以上的企业有20家，其中全友、联邦、雅兰、宜华、亚振、松堡王国、慕思、掌上明珠等7家企业获得了100分的成绩。而2012年家具行业取得满分的企业仅慕思、皇朝、美克美家3家。今年得满分的企业中有不少企业成绩有大幅度的跃升，比如全友在2012年的调查中得分为68分，2013年的调查中获得100分。全友作为全国知名的大品牌，在实力和品牌知名度不断提升的同时，服务水平也取得了长足的进步。

得分在95分以上的这些企业全部开通400或800免费客服电话，三次电话均能打通，而且客服人员能够给出专业的建议。比如慕思接到投诉电话后，由值班客服人员记录，短时间内便有专人主动回复电话联系顾客，提出详细的解决方案，十分贴心。调查还发现，掌上明珠、慕思、皇朝、左右、美克美家、飞美、尚品宅配等企业有完善的售后服务系统，可以在系统中查询消费者购买的产品。

2011、2012、2013调查指标对比



接通率等级比例

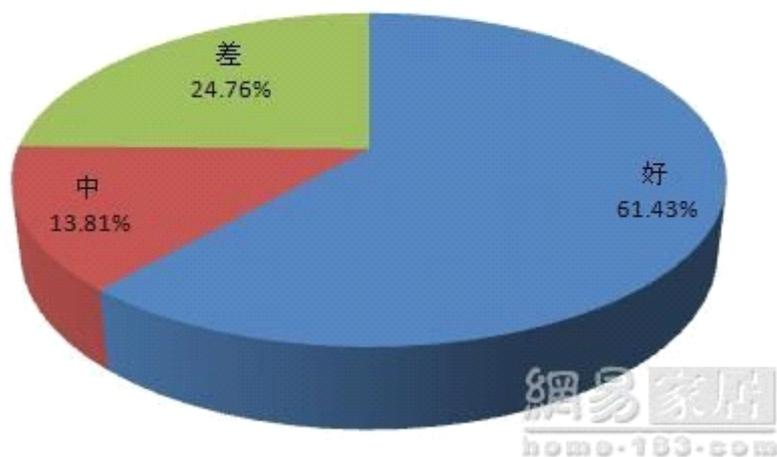


除行业平均得分排名比较靠前外，家具行业客服电话的免费率、接通率、态度好评率、问题解决率等各项指标较去年均有所提高。从各项指标中可以看出，家具行业的售后电话服务水平较2012年有所提升。

部分企业客服态度恶劣 售后电话形同虚设

调查结果显示家具行业售后服务整体水平有所提高的同时，调查人员也发现家具行业的售后服务电话依然存在很多问题，比如一些企业的客服电话为经销商服务，在面对消费者关于产品质量资讯的时候态度显得不耐烦，急于把服务的责任推给经销商，急于结束通话的情绪明显流露。应对消费者的投诉显得非常不专业，服务态度差评率为24.76%。

服务态度等级比例

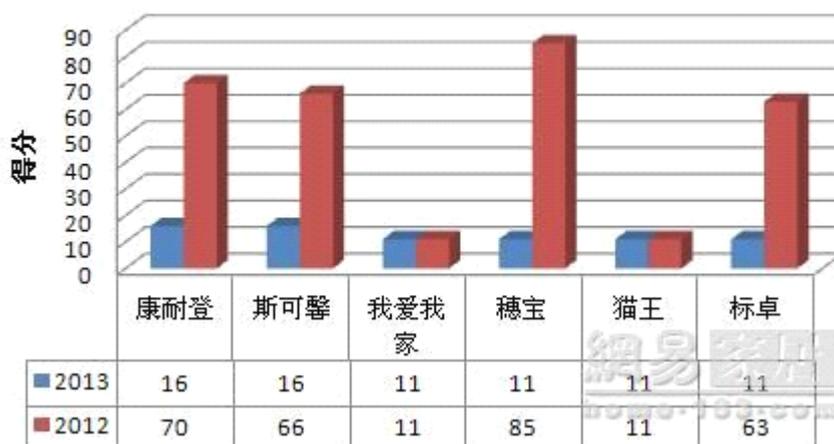


芝华仕在2012年的调查中取得了96分的成绩，而2013年的调查得分为44分。调查人员发现，芝华仕官网400电话无人接听，后打通总部敏华公司电话被告知400电话因客服人手不足才没有接听。金天拓的客服人员在被要求提供经销商电话后，居然表示当天客服休息（周三工作日），让调查人员改天再打电话咨询。华师傅官网公布的400电话为营销中心电话，客服表示不清楚售后服务，沟通后才帮忙转接到了真正的售后部门。调查结果显示不少家具品牌企业的售后服务还是存在问题，售后服务体系仍需完善。

猫王我爱我家等“蝉联”倒数第一

2013年很多企业保持了良好的服务水平，在电话调查中取得了不错的成绩。但是也有企业连续两年售后服务得分非常低。今年的调查中，康耐登、斯可馨、我爱我家、穗宝、猫王、标卓6家企业的电话无论是工作日还是节假日都无法接通，导致其分数都低于20分。因康耐登和斯可馨官网上有800或400电话，因此得分比另外4家高了5分。

2013三次电话不通品牌得分



其中，猫王和我爱我家在2012年的调查中也是电话无人接听或者无法接通。而去年得分85分的穗宝，今年的调查中售后电话竟然三次都无人接听，这与去年基本都能接通的情况大相径庭。

下一篇：衣柜篇

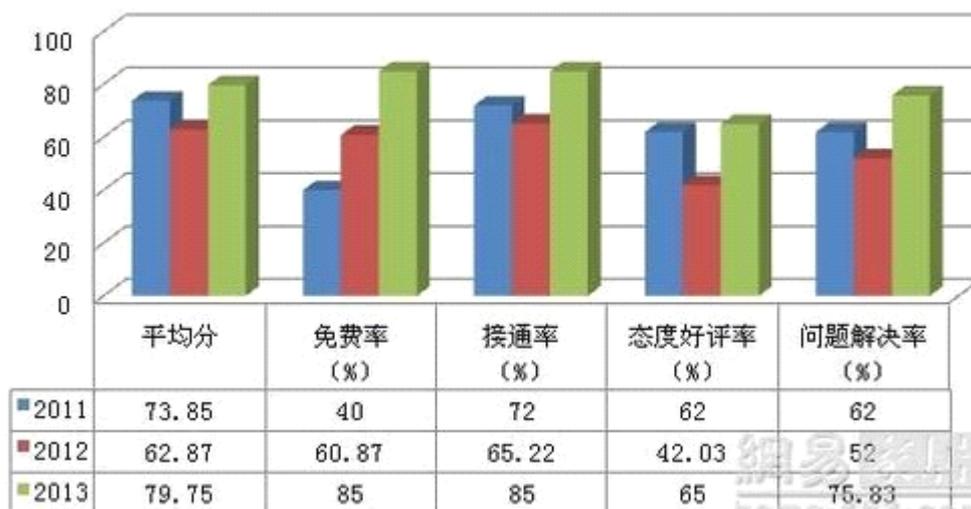
3.3 衣柜篇

2013年网易家居特别策划“315家居企业售后服务调查”，衣柜行业各项调查指标相比去年都有所改善，平均得分为79.75，在十大行业中排名第二。对消费者咨询投诉的问题，解决率达到75.83%，客服人员提供的解决方案也有70%的好评率。但是，在调查过程中，客服人员专业素质参差不齐、态度恶劣的情况依旧存在。

态度好评率与问题解决率均上升2成多

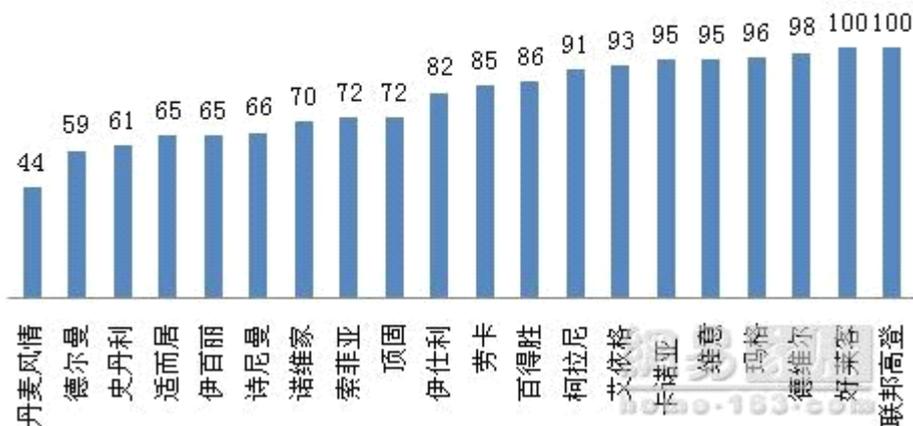
家里衣柜装好了，味道却还很大，会不会有甲醛？如果你遇上这样的问题，心里会不会越来越不安，担心衣柜影响了家人的健康？在315衣柜行业售后服务调查中，网易家居就衣柜味道大、防撞胶条脱落等相关问题，在不提供保修卡和发票的情况下，对20个一二线衣柜品牌售后服务品质进行调查。

2011、2012、2013调查指标对比



此次调查的企业数量共20家，成绩超过60分的企业共有18家，及格率是90%，比去年的73.91%上升了近2成。夺冠的联邦高登和好莱客，打破了去年衣柜行业没有满分企业的僵局，均取得了100分。而排在最后的丹麦风情，去年得到了68分，今年却只得到44分，究其原因，主要是在两轮调查中，丹麦风情的电话无人接听，拉低了整体分数。

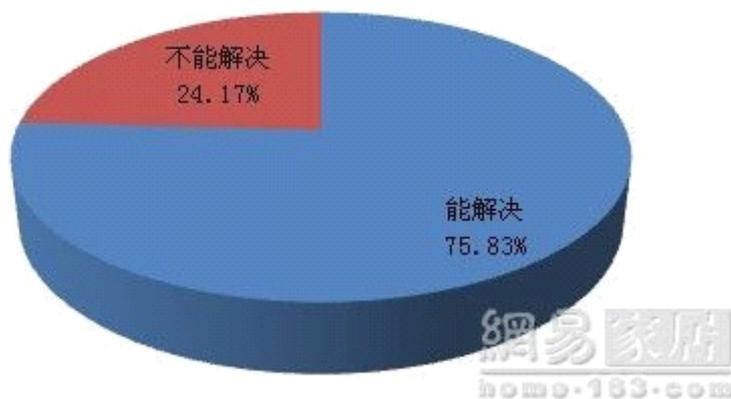
衣柜售后服务得分排行榜



消费者拨打客服电话，最终都是希望所反映的问题得到解决，今年衣柜行业客服人员的服务态度以及解决问题的情况，相比去年有所改善，均上升了2成多。如联邦高登的客服人员态度良好，表示消费者提供联系方式、住址后，公司会派人联系消费者，再约时间上门维修服务。

在去年的调查中，衣柜行业服务态度好评率仅有40.03%，近半问题得不到解决，今年客服人员的服务态度65%得到好评，问题解决率达到75.83%，客服人员提供的解决方案也有70%的好评率。

问题解决率



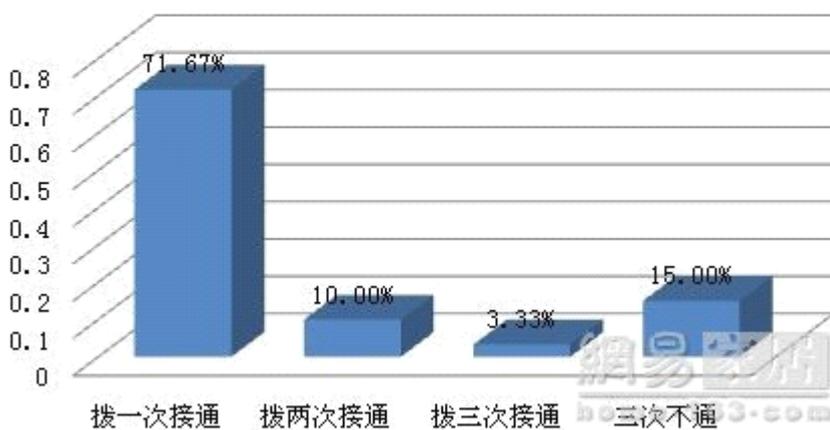
解决方案等级比例



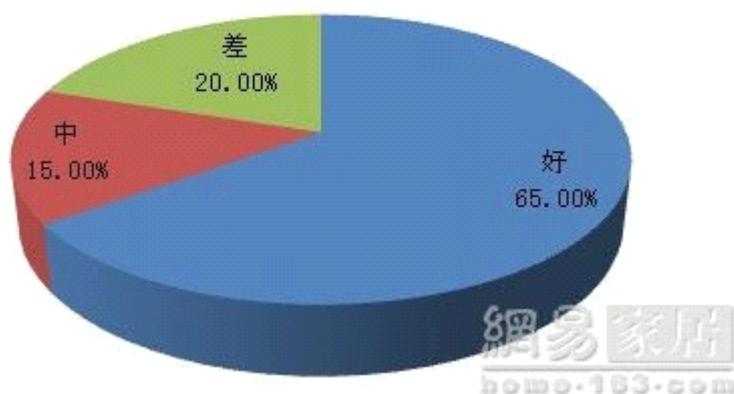
客服人员的业务素质参差不齐

客服电话无人接听，难免给消费者留下不良的印象。相比去年的65.22%，今年衣柜行业85%的接通率是个不错的成绩。但第一次打电话就拨通的仅占71.67%，仍存在3.33%的情况，是调查人员第三次拨打电话时才有客服人员接听。

接通率等级比例



服务态度等级比例



20%的服务态度差评率也不容乐观，甚至同一个企业的客服人员业务素质也参差不齐。比如在第一轮电话调查中，劳卡的客服人员态度良好，并表示消费者提供单号、店名后，售后部门会派师傅上门维修，但在第三轮调查中，另一位劳卡的客服人员却把问题直接推给经销商。德尔曼则因为客服人员态度不友善被扣了不少分，三轮电话调查中，德尔曼在服务态度一项都吃了鸭蛋，这也是德尔曼总分不及格的原因之一。

下一篇：橱柜篇

3.4 橱柜篇

2013年网易家居特别策划“315家居企业售后服务调查”，橱柜行业平均得分为68.6，比去年的66.15分略有上升。调查发现，近几年橱柜企业免费客服电话的开通率一路飙升，此次调查的25个品牌中，92%的企业开通了免费客服专线，接通率则不尽人意，周末接通率仅为52%。

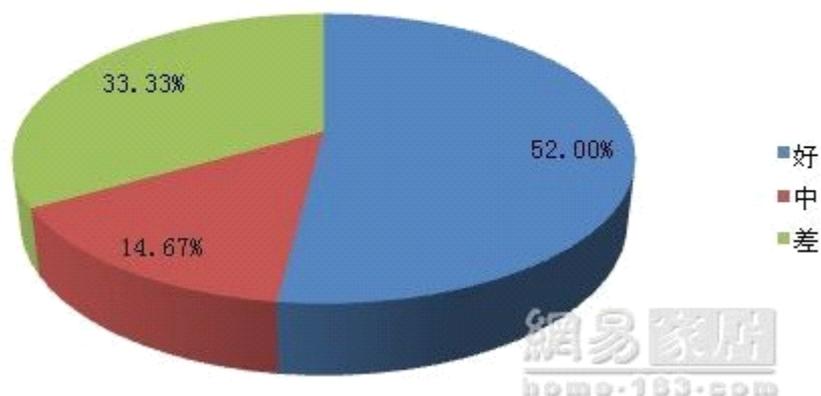
四成品牌售后服务不及格

橱柜在厨房中的作用显而易见，而在日常生活中，橱柜人造石台面开裂、柜门铰链损坏、洗手盆漏水等现象也时有发生。历时两周的“315家居企业售后服务调查”中，网易家居在不提供保修卡和发票的情况下，模拟网友遭遇的产品问题，对25个一二线橱柜品牌的售后服务进行调查。

调查结果显示，橱柜行业平均得分为68.6，在十大行业中排名中下游。去年唯一的满分品牌欧派，今年继续守住100分的宝座，而去年的亚军金牌也跻身到满分行列。此次调查橱柜行业的及格率为64%，相比去年65.38%的及格率略有下降。25个品牌中，约4成品牌不及格，两个品牌的分数低于20分。

从对比结果来看，2012年橱柜行业各项指数相比2011年均大幅度下滑，2013年则有小幅度提升。其中，态度好评率为52%，大半客服人员可以做到热情有礼，服务态度良好，但33.33%的态度差评率也不容可观，有的客服不仅语气不佳，还突然挂掉电话，客服电话无人接听也对服务态度差评造成影响。

服务态度等级比例

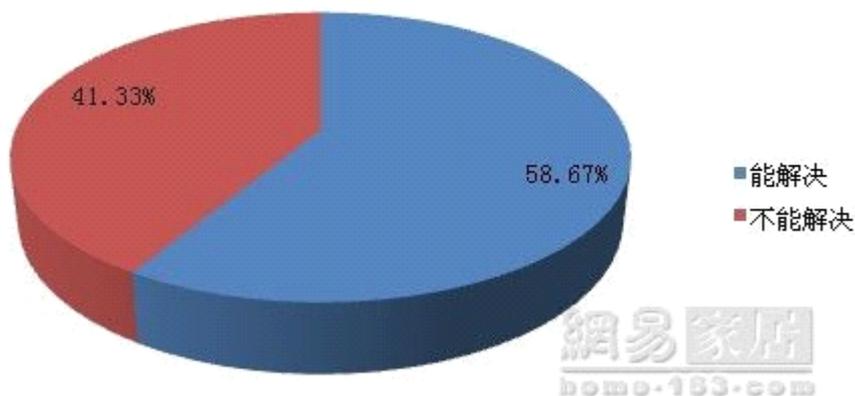


9成以上客服电话免费

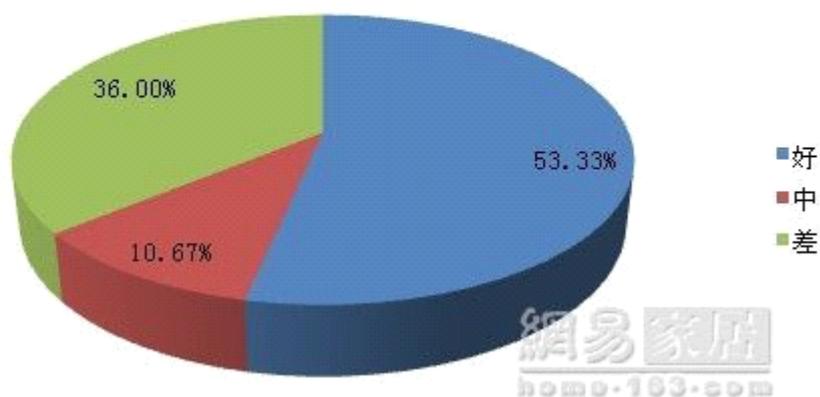
消费者打电话投诉，总希望问题可以得到一站式解决，而2013年橱柜行业在解决问题方面的失分率依旧颇高，有41.33%的问题不能得到解决。大多数企业表示售后服务工作由经销

商负责，但在调查过程中，有企业客服人员主动询问信息，并表示将信息反馈给经销商，也有客服人员只提供经销商电话，需要消费者自己与经销商联系，解决方案好评率仅为53.33%。

问题解决率



解决方案等级比例



值得一提的是，近两年橱柜企业免费客服电话的开通率大幅上升，从2011年的50%，到2012年的80.7%，三级跳一跃到2013年的92%，免费率比2011年提高了4成多，橱柜企业在这方面的重视程度可圈可点。2013年调查的25家橱柜企业中，13家企业开通了免费电话，只有两家企业没有开通400、800等免费客服专线。

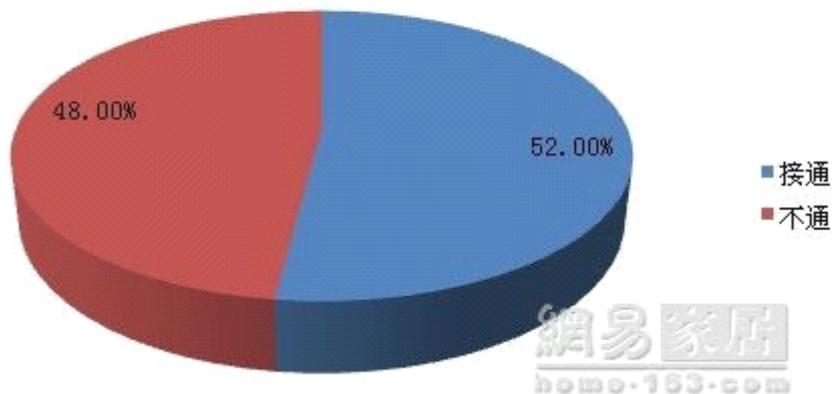
免费率



周末近半电话无人接听

尽管9成以上的企业开通了免费电话，电话接通率却不尽人意，仅为70.67%，与去年的69.23%的接通率相比，仅有很小的提高。而2011年电话免费率仅为50%，接通率却高达82%，看来免费率与接通率并不成正比。

周末接通率



节假日的情况更为糟糕，调查人员在周末进行的一轮电话调查，橱柜企业客服电话近半无人接听，接听率仅为52%，这也拉低了整体接听率的分数。电话接通是消费者和企业进行售后沟通的首要前提，橱柜企业在开通免费客服电话的同时，也应考虑到客服人员轮班以及人员业务素质、监管等问题。

下一篇：卫浴篇

3.5 卫浴篇

随着2012年的寒冬过去，卫浴市场的竞争变得愈加激烈，各大企业全方位地抢占市场。作为半成品，卫浴产品的安装和售后就显得尤为重要，在产品质量和性能相似的情况下，消费者一般会更注重卫浴产品的售后服务质量。

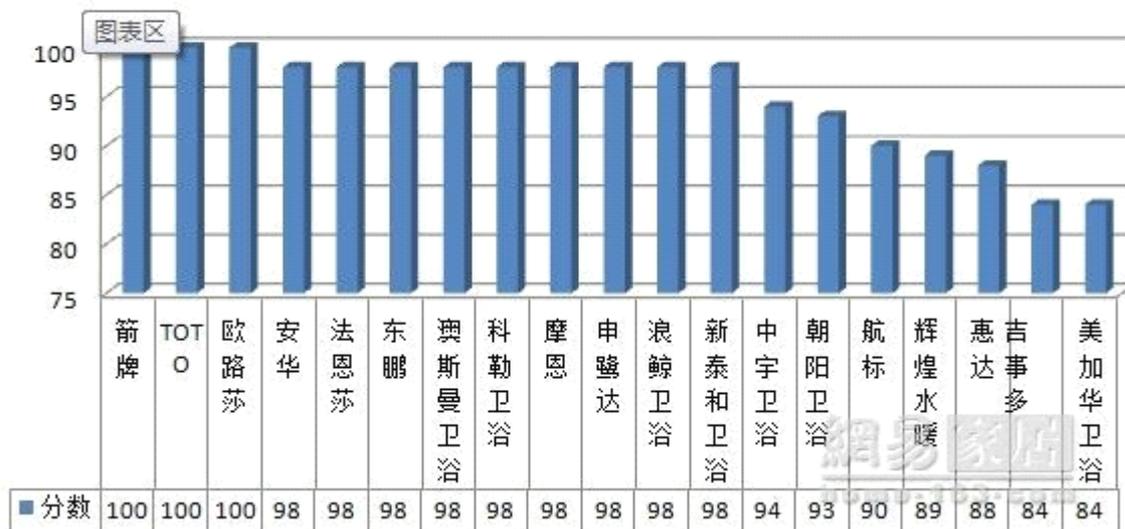
2011、2012、2013各项指标对比



网易家居调查人员针对卫浴行业投诉最多的产品质量问题，如：座便器釉面开裂、角阀漏水、浴室柜抽屉的把手松脱等问题，分别在工作日、休息日三个不同时间段，在不提供保修卡和发票的情况下，模拟网友遭遇的产品问题对35个卫浴企业售后服务品质进行调查。评分项目从能否方便快捷找到售后服务电话、售后电话是否收费、电话接通率、服务态度、投诉是否能得到专业解决方案这五大方面进行打分。每次拨打详细记录得分和点评。三次拨打电话的分数进行相加，得出最后的总分。在2013年的网易家居315调查中，卫浴行业售后服务调查从去年的29个品牌扩大到35个品牌，其中问题解决率由51.72%升到了74.77%、态度好评率从45.98%攀升到至54.29%。平均分由去年的71.66分升至79.4分，整体表现有了较大幅度的提升。

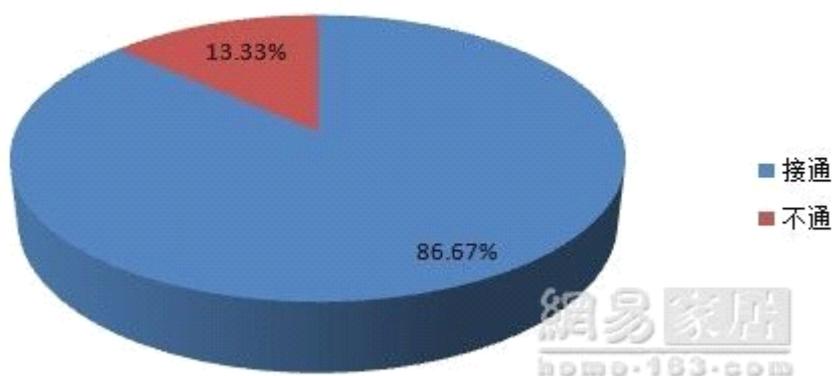
卫浴总体售后服务表现较去年好

卫浴售后服务优秀得分排行榜



今年网易家居调查的35个卫浴品牌总体合格率为82.85%。据调查结果显示，获得90分以上的企业高达12家，90—80分的有4家，70—60分的有10家，60分以下的占6家，不合格率明显低于去年，企业整体表现胜于去年。这也说明了越来越多的卫浴企业开始意识服务对于品牌发展的重要性。

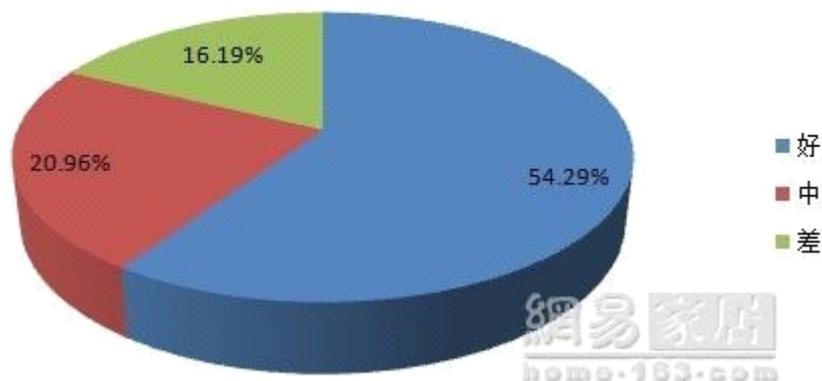
接通率



在调查卫浴企业当中，箭牌卫浴、TOTO卫浴、欧路莎卫浴以优质专业的售后服务获得100分满分。安华卫浴、法恩莎卫浴、东鹏洁具、奥斯曼卫浴等9家企业也以优异的98分成绩紧随其后，其厂家客服在态度、问题解决等方面均表现不错，能给予消费者专业有效的售后服务指导意见，做到及时跟进，基本上解决问题。而松霖卫浴、新中源、鹰卫浴等品牌则多次致电售后服务电话无人接听，形同虚设的售后电话导致其成绩包尾收场。

部分卫浴品牌店大欺客态度差

态度等级分布比例



售后服务态度评价为优秀的电话服务比例占54.29%，对比去年的45.98%有所上升。超过半数的卫浴客服对待消费者来电时态度均友善有耐心，最后还会告知消费者一些卫浴产品维护小常识，表现让人满意。但是，客服态度表现恶劣的企业比例仍占16.19%，其中还不乏卫浴大企业。部分企业客服对消费者表现不耐烦，还表示消费者如有问题应直接联系经销商，客服也无法为消费者提供所在地经销商电话。还有部分客服人员接电话时好像刚从睡梦中醒来，语气懒散无力，网易家居调查员从互动的对话中可以感觉到他们以希望尽快挂断电话为目的，语气十分生硬冰冷。更有甚者说了句“麻烦自行联系经销商”便立马挂断电话。

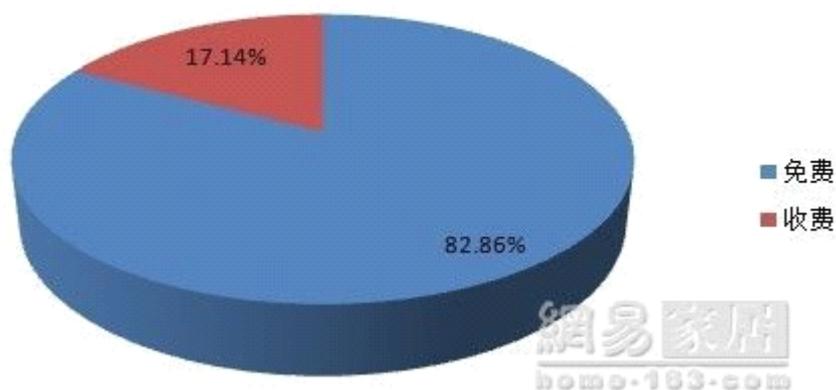
推诿责任现象仍然存在

解决方案当中，能提供有效解决方案的企业占54.29%，接通的电话里，客服多数都能给出较为专业的服务和指引。部门表现较好的厂家会先自报客服工号，然后详细询问消费者所购产品的问题，并表示会登记客户信息后统一安排上门维修。也有部分品牌提出让消费者拍下照片发往经销商或厂商，以作准确判断。

值得指出的是，去年企业推卸责任的现象在今年仍然存在。在调查中发现，有部分客服完全忽视消费者反映的问题，直接推诿全盘责任，要消费者自行联系经销商。而当调查员索要所在地的经销商电话时，甚至有客服表示无法提供，要消费者自行查找，提供的问题解决方式让人略感无奈。

售后服务电话免费率令人满意

免费率



由于调查品牌范围有所扩大，所以售后服务免费电话率在今年有所下降，但免费售后电话所占比例仍高达80%。这说明卫浴企业设立专业免费的售后服务电话已形成一定规模，卫浴企业比较重视为消费者提供免费的售后电话服务。

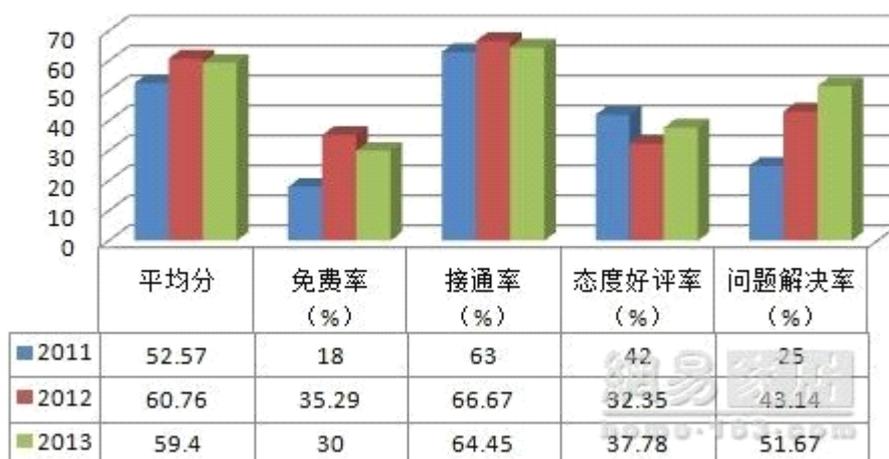
记者在走访卫浴企业中发现，越来越多的企业开始积极地在服务上下功夫，在大大小小的企业年会上，高层们都会不约而同地强调到“服务”的重要性。相信卫浴市场未来竞争的核心力将会是服务，只有能提供优质服务的企业才能最终在市场上获得消费者的青睐。

下一篇：瓷砖篇

3.6 瓷砖篇

随着市场的飞速发展,在当今经济外忧内患大环境的刺激下,瓷砖行业的竞争愈演愈烈。除去品牌、质量、价格因素外,售后服务越来越受到了消费者的关注。如今的消费者在购买瓷砖时,更多的是希望得到专业周到的服务,因此良好的服务也成了瓷砖企业制胜的一张王牌。但瓷砖行业的半成品属性与品牌意识起步晚等原因,令其售后服务较其他行业要薄弱,因此日常生活中各种瓷砖投诉与纠纷时有发生。

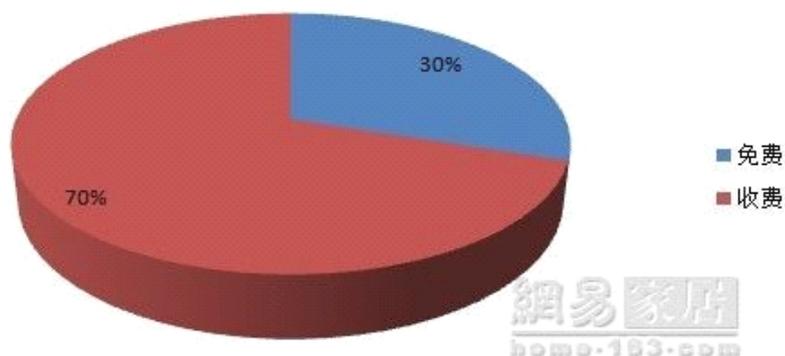
2011、2012、2013各项指标对比



网易家居315售后服务调查网易家居调查人员针对瓷砖行业投诉最多的产品质量问题,如:瓷砖釉面开裂、瓷砖色差、铺贴不平等,分别在工作日、休息日三个不同时间段,模拟网友遭遇的产品问题,对30个瓷砖企业售后服务品质进行调查。调查结果显示,瓷砖行业售后服务平均得分59.4分,整体得分不合格,总体行业售后服务水平得分在家居行业里排行倒数第二。其中售后服务问题解决率仅为30%,大部分的瓷砖厂家不设立专门的免费售后服务电话。值得指出的是,瓷砖厂家的售后服务调查中,最低11分得分的瓷砖厂家竟然有6家,90分以上的有5家,售后服务水平参差不齐。

今后仍需努力 整体平均分微幅下调

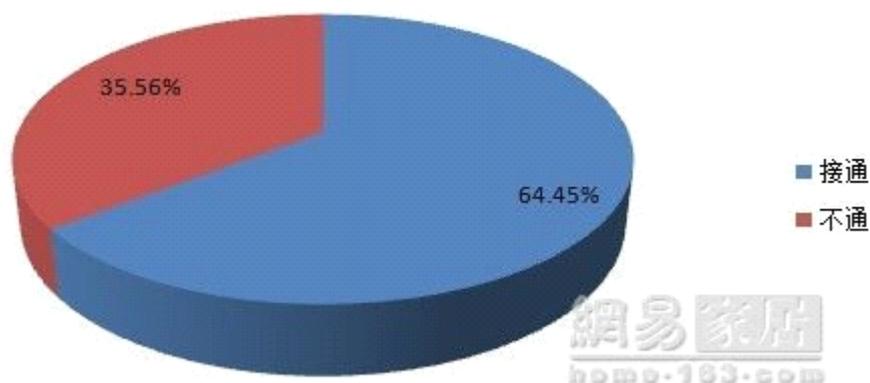
免费率



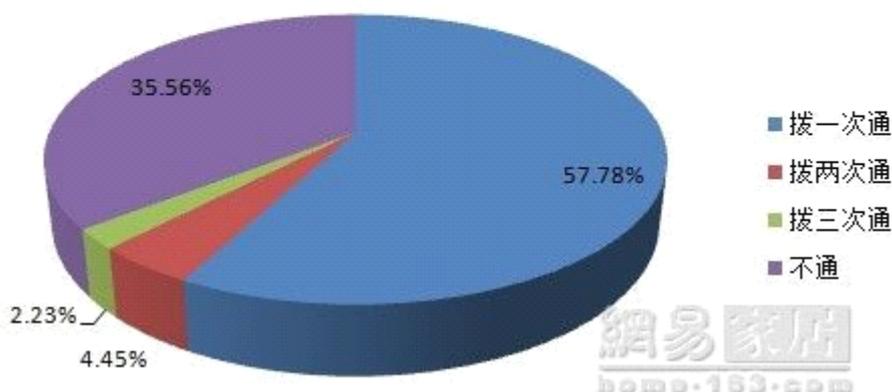
今年的瓷砖行业平均分59.4分，整体得分低于合格线，相比去年的平均分60.76分有了小幅的下调，总体水平相比其他家居行业分数偏低。调查结果显示瓷砖行业的售后服务电话免费率为30%，相比起卫浴行业的82.86%的免费率，瓷砖行业的数据被远抛后面。这说明了瓷砖厂商在免费电话设立这一块意识还是相对不够，以后还需加大这方面的投入。

接听率不高 部分企业售后服务电话形同虚设

接通率



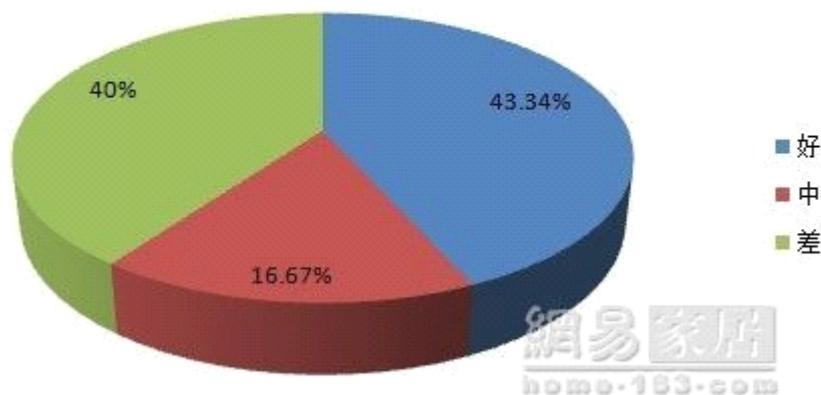
接通次数等级比例



调查人员发现，瓷砖行业的售后电话接听率为64.45%。部分品牌像斯米克、亚细亚、大将军、强辉等厂家售后服务电话接听率为0%，调查人员多番致电均无人接听。而部分厂家的电话则需经过多番转接才能转到专人服务。有调查人员拨通免费电话后，又被告知需再拨“售后客服经理”电话，再拨其提供的电话后又被告知其是行政部门，需消费者再拨打大区经理电话，过程之曲折为消费者进行诉求时制造了不便，服务方式的不专业也给消费者留下了不好的印象。也有企业是在调查员第2第3次拨打后接通电话，当问及为何再次致电才接电话时，客服就直接表示：“刚刚没空”。

差评达四成 仍需加强服务质量

问题解决等级比例



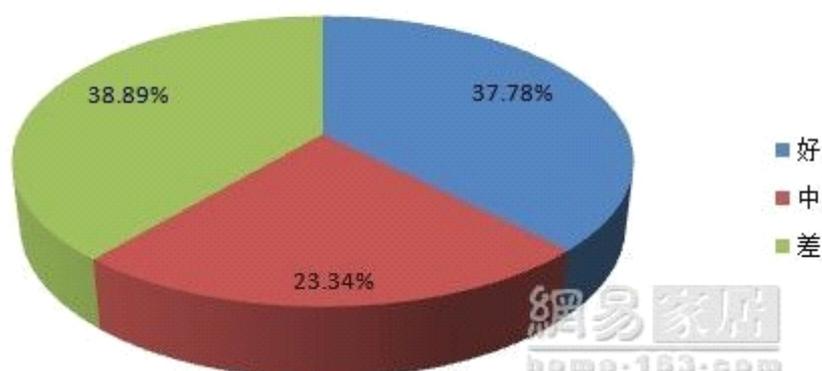
对于消费者反映的问题，43.34%的瓷砖企业会给予消费者较为专业有效的指导服务，基本上较好地为消费者解决了问题。其中有些企业给调查人员留下了深刻印象，如特地陶瓷的客服在解决问题之余，还会告诉消费者一些瓷砖养护常识，服务非常人性化，最后还对消费者表示“顾客满意才是真的满意”。L&D企业的客服也是亲切有礼、解答详细，并跟客户说登记信息将会及时反馈给广州分公司跟进。

调查结果显示，瓷砖企业解决问题率中同样有高达40%的差评比例。有企业客服不等消

消费者说完问题就直接打断“我们的瓷砖没有质量问题”，推卸责任的“零负责”解决方式让消费者难以接受。更有企业的客服要消费者干脆去店面重新购置瓷砖，连所在地经销商的电话都无法提供，其提供解决问题的方式令人哭笑不得。

超六成客服态度专业有耐心

态度等级分布比例



在服务态度调查结果中，瓷砖企业的表现分布平均。37.78%的客服都能解答清楚消费者的问题，并能提供相应经销商的电话，态度被评为优秀的企业客服大部分都谦逊有礼，能耐心地听完消费者的诉求并给予专业的意见，还会适时提醒消费者找出相应单据以便维权。

但有个别广东企业客服接通电话时开口就说粤语，直到消费者表示要说普通话时才转换成普通话。还有部分企业在与消费者沟通过程中不时打断消费者地表示“我们的产品质量很好”，虽然问题最后得到了解决，但是给人留下强势、不专业的印象。

记者在参加大小瓷砖企业年会上发现，有个别企业为提升品牌价值和服务的附加值而提出了“至尊365服务”“4S店”服务等服务模式，模式是否能执行到位还不得而知，但其厂家售后服务电话不是一直处于无人接听状态中就是客服态度极其恶劣，此种情况不禁令人产生疑虑——如果连售后服务热线都无法贴心服务到消费者，这样干喊口号式的做法对品牌发展有何用处呢？消费者又能如何受益呢？服务不是吹出来的，而是需要真正落实到每一个消费者身上的。从315售后服务调查来看，部分企业的售后服务还需切实履行承诺，做到真正为消费者服务。

下一篇：地板篇

3.7 地板篇

2013年网易家居特别策划“315家居企业售后服务调查”。历时两周的调查显示，地板行业售后服务平均得分68.92分，在调查的10类家居行业中，地板行业的平均得分排名位于中下游。今年地板行业电话接通率为70.67%，较去年的73.33%有所下降，除此之外，地板行业的免费率、态度好评率、问题解决率较去年均有所提高。部分知名品牌企业得分较低，值得一提的是今年出现了两个得满分的品牌：圣象和大自然。

2011、2012、2013调查指标对比

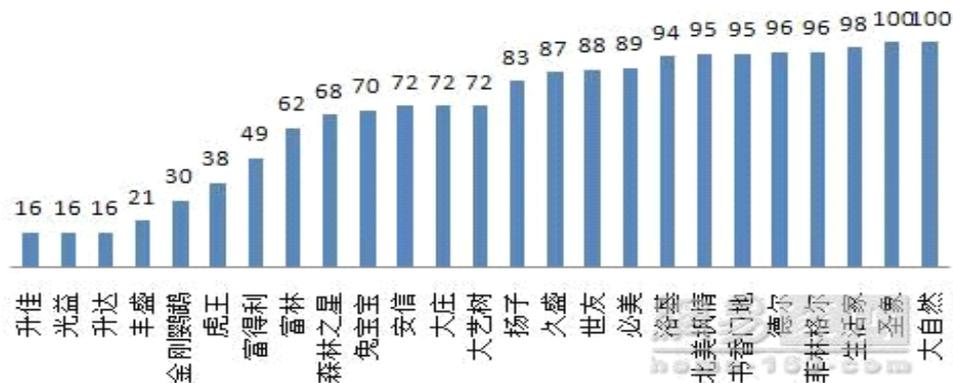


圣象大自然排名第一 光益升达包尾

网易家居调查人员针对地板行业投诉最多的产品质量问题，如：地板表面拱起、裂缝、油漆膜剥落裂纹、色差等问题，在不提供保修卡和发票的情况下，模拟网友遭遇的产品问题，对25个一二线地板品牌企业售后服务品质进行调查。

2013年的电话调查显示，地板行业平均得分为68.92分，在十大行业中排名中下游。得分在60分以下企业有7个：富得利、虎王、金刚鹦鹉、丰盛、升达、光益、升佳，其中光益、升达这样的知名品牌得分连续两年包尾，官网上公布的电话总是无法打通。

地板售后服务得分排行榜



今年也有部分企业得分较去年有大幅度的提升,值得一提的是2012年的调查地板行业没有得满分的企业,今年出现了两个得满分的企业:圣象和大自然。

2012年的调查中得分在90分以上的企业只有5个,今年得分在90分以上有8个:大自然、圣象、生活家、菲林格尔、德尔、书香门第、北美枫情、洛基。不难看出,地板行业知名品牌企业对售后服务越来越重视。

地板行业售后电话免费率达92%

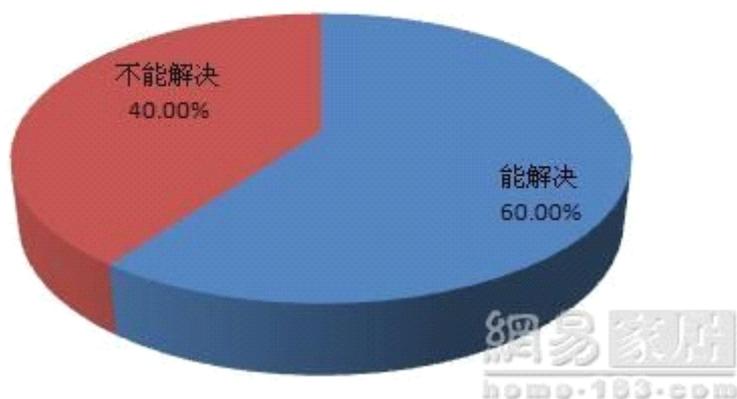
本次调查的25个地板企业,除金刚鹦鹉和丰盛地板外,其余企业都在官网上公布了“400”、“800”免费售后服务电话,免费率达92%。问题的解决率达到了60%,客服人员的态度也有所改善,态度好评率达52%。

得分较高的企业客服人员均能耐心指出造成投诉问题的原因,告知用户具体维修和保养的方法,同时还能详细指引具体经销商进行联系维修。

服务态度等级比例



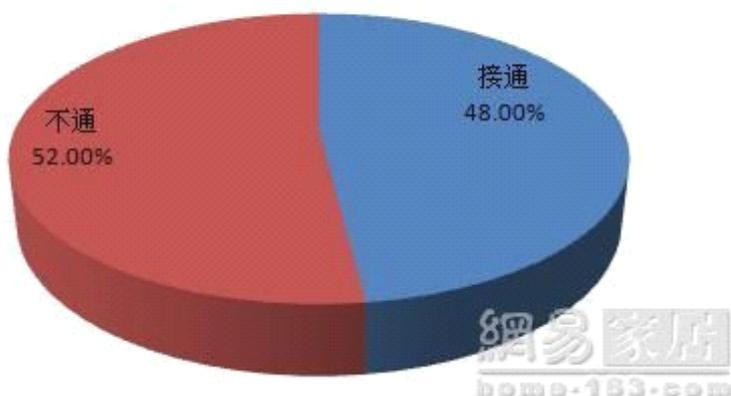
问题解决率



节假日近五成地板企业客服电话无人接听

调查结果显示，48%的地板企业节假日客服电话无人接听。地板知名品牌安信、大庄、大艺树等均因在本次节假日调查时，客服电话无人接听导致得分不高。

周末接通率



大部分地板品牌的免费保修期为1年，安信地板在经历地板门事件之后，对售后服务进行升级，将保修期延长至5年，这可谓安信在地板行业的一次“服务创新”。2013年的电话调查中安信地板得分72分，扣分的原因主要是节假日客服电话无人接听，工作日的调查显示客服人员态度非常好，也能给出专业的建议。

地板是家装行业中较为特殊的建材之一，由于其单笔货值高，产品同质化程度较高，而厂家进入这个产业的门槛并不高，所以导致售后服务意识不强。随着地板行业竞争的白热化，越来越多的企业开始重视售后服务，大打“服务牌”，售后服务已经成为地板品牌的核心竞争力之一。

下一篇：涂料篇

3.8 涂料篇

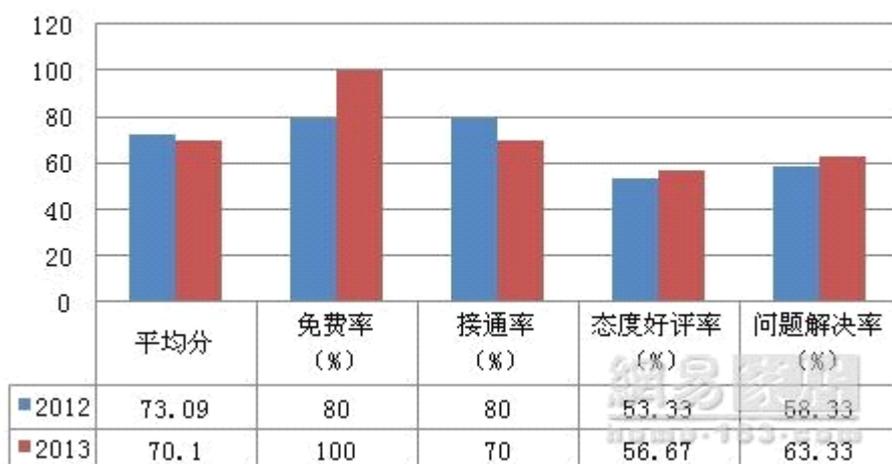
2013年网易家居特别策划“315家居企业售后服务调查”，涂料行业表现不佳，70.1%的平均分与去年相比略有下降，及格率更是下降了2成。今年调查的涂料品牌，都开通率400、800等免费客服专线，但是70%电话接通率反而比去年下降了1成。

不及格率比去年上升2成

油漆涂料是我们最常用的装修材料之一，这种材料比较特殊，因为其本身含有甲醛和苯类物质，若含量不合标准就会存在安全隐患。此外，在装修过程中，油漆涂料也会出现一些起泡、开裂、剥落等问题，这都对消费者造成一定的困扰。

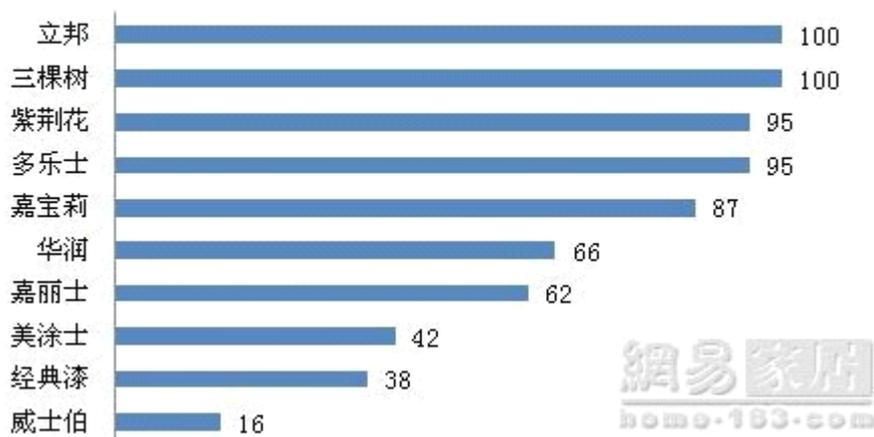
在315涂料行业售后服务调查中，网易家居以消费者的身份，分别在工作日、休息日三个不同时间段，就相关问题向电话客服人员咨询投诉，对10个涂料品牌的售后服务品质进行调查。

2012、2013各项调查指标对比



从整体来看，今年涂料行业的表现比去年略差。去年涂料行业调查的10个品牌中，仅有一家企业不及格，而今年有3家企业不及格，不及格率为30%，比去年上升了2成，这也是导致今年的平均分比去年下降的原因。但值得肯定的是，去年没有企业取得满分，今年三棵树和立邦都得到了100分，90分以上的企业还有紫荆花和多乐士2家企业。

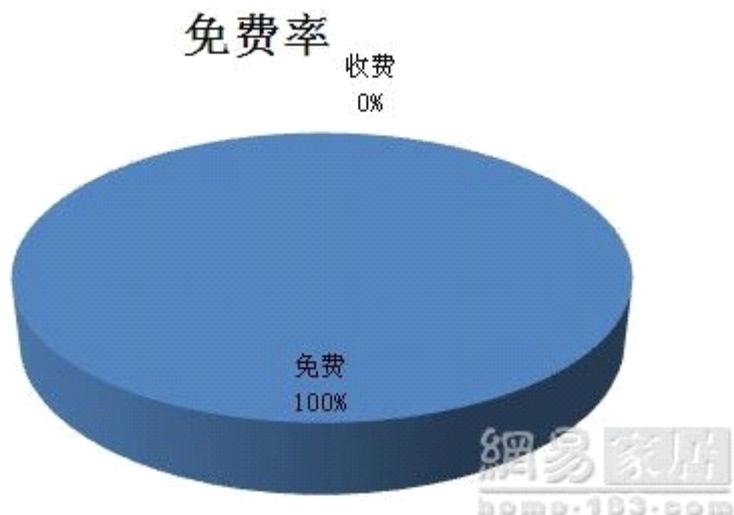
涂料售后服务得分排行榜



与企业自身相比，也有企业有不错的提升。紫荆花在去年的调查中，因周末电话无人接听以及客服人员不专业，仅得到64分，今年取得94分一跃到涂料行业第四名，其客服人员的业务素质有了明显提高，服务态度良好，并表示售后系统可以通过查询条形码，建立投诉单，并反馈到相应地区门店。

电话免费率达100% 接通率反下降1成

值得一提的是，今年涂料行业的电话免费率高达100%，但记者对比去年的数据发现，电话免费率上升了2成，接通率反而下降了1成，有30%的电话无人接听。这也直接影响了服务态度好评率、解决问题率以及总分的得分情况。



接通率



此次调查中，三个不及格的企业，都因电话无人接听被扣了不少分。而垫底的威士伯，调查人员拨打其官网提供的电话，语音提示的居然是“欢迎致电阳光保险……车险报案请按1……”

问题解决率



调查结果显示，涂料行业问题解决率与去年相比略有提高，但仍有36.67%的问题不能得到解决。除了电话无人接听对该项造成影响之外，另一个原因是客服人员不能提供有效的维修或解决方案，如经典漆的客服人员对产品信息不够了解，要求消费者联系经销商，但也不能提供经销商电话。

服务态度等级比例



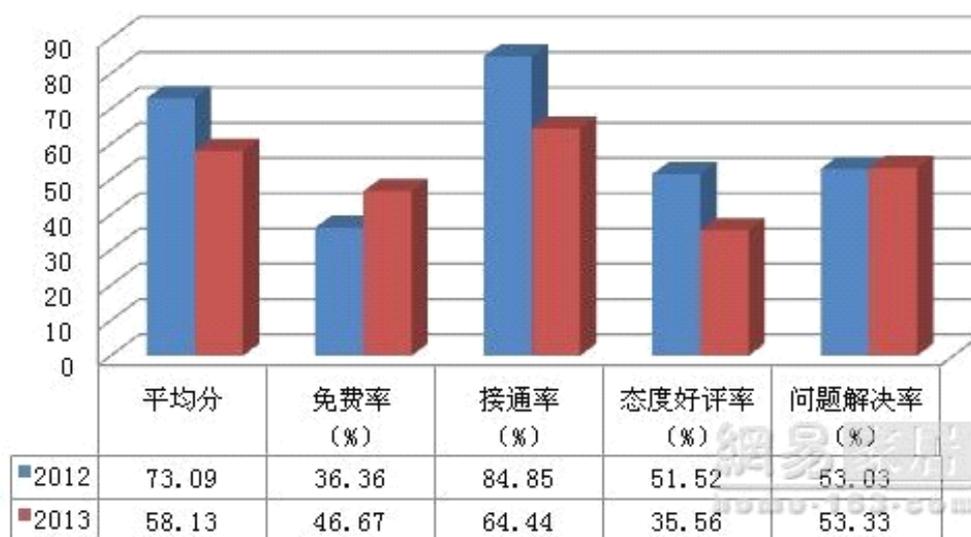
服务态度方面，33.33%的服务态度差评率主要是由于30%的电话无人接听造成的。消费者往往在节假日才有时间打电话咨询投诉，企业要全面做好售后服务工作，在开通免费客服电话的同时，也应考虑到客服人员轮班的问题。

下一篇：[壁纸篇](#)

3.9 壁纸篇

网易家居特别针对家居10大行业260个品牌展开了为期两周的“家居企业售后服务大调查”。调查结果显示，壁纸行业2013年售后服务平均得分为58.13，较之2012年的73.09分有明显下滑，其中，服务态度较差的企业比例高达48.89%。

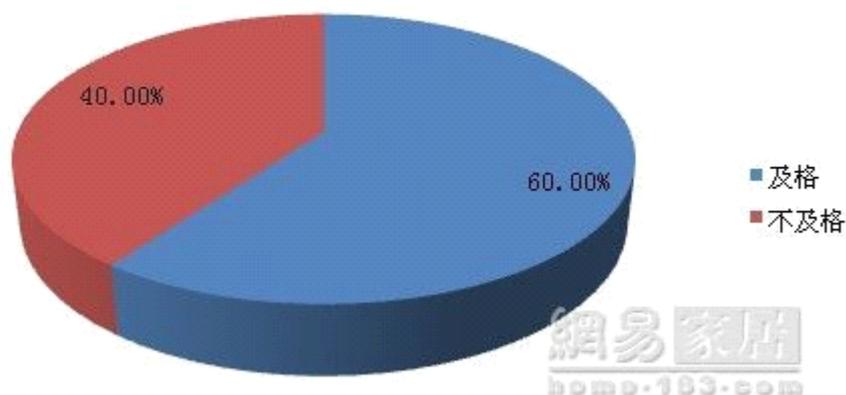
2012、2013各项调查指标对比



40%壁纸企业调查评分不及格

本次壁纸行业售后服务调查共选择了特普丽、瑞宝、格莱美、柔然、玛堡、沐蕾拉·帝思、北台、欣旺、布鲁斯特、壁高、欧雅、地球卫士、爱舍、沃莱菲、别丽美特等15个知名壁纸品牌，其中仅有特普丽一家获得了100分的成绩，15个品牌当中有9个品牌达到及格的分，另有6个品牌不及格，其中3个品牌分数低于20分。

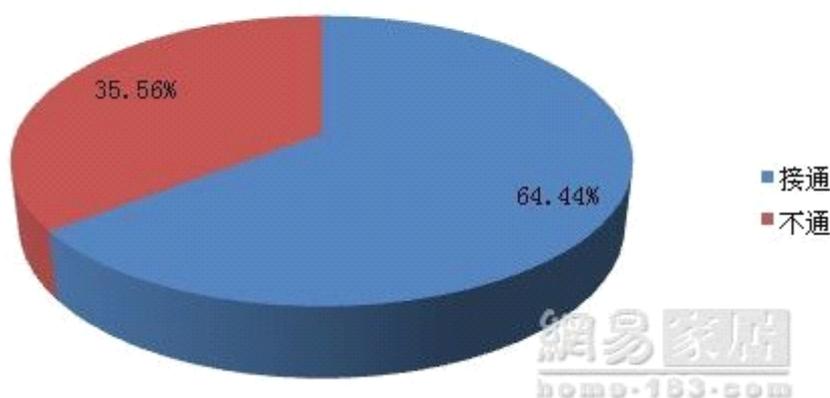
及格率



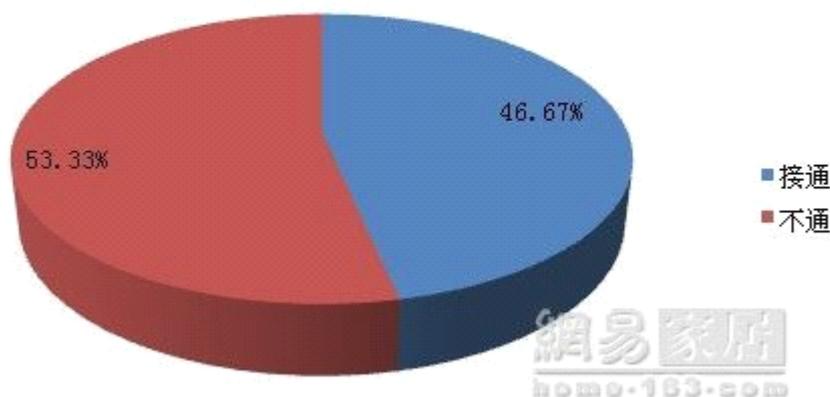
壁纸行业售服务意识有所提高 服务态度依然很差

相对于去年，更多的壁纸企业已经意识到了为消费者做好售后服务工作的重要性，并开通了全国统一客服电话。2012年，参与调查的11个壁纸企业当中，仅有4家开通了免费售后服务电话，今年免费接听的客服电话比例则比去年提高了10%。电话的接通率较2012年有所下降，只达到64.44%，其中46.67%的企业在周末能接通售后服务电话。

接通率

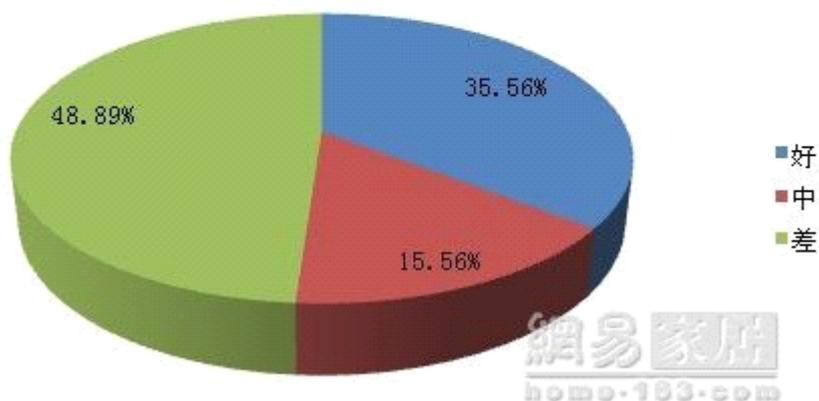


周末接通率



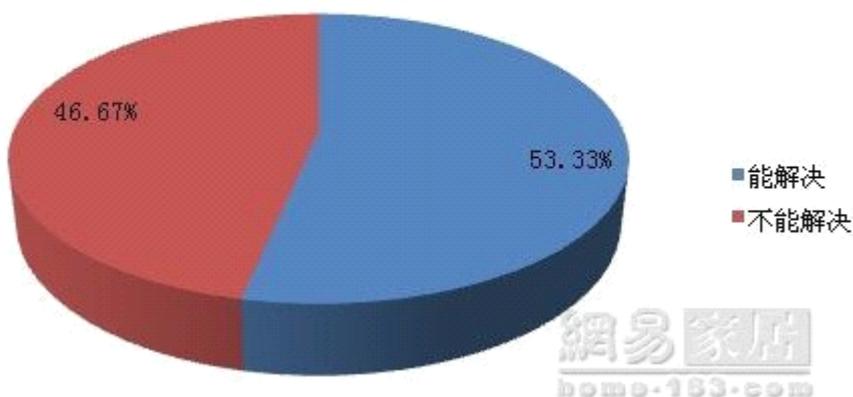
但是本次共调查的15个壁纸品牌，接近半数企业售后服务态度比较差。针对记者以消费者身份提出的，壁纸产品购买后不久便出现色差、发霉等质量问题的咨询和解决需求，50%以上的企业客服人员能够详细询问产品出现的具体问题，购买时间和地点，并提供购买分店的经销商电话。然而也有比例高达48.89%的壁纸企业，客服人员态度生硬甚至恶劣，急于推脱责任，完全不帮消费者解决问题。有的企业客服人员甚至直接扔出一句话“我们的墙纸不可以退换”。

服务态度等级比例

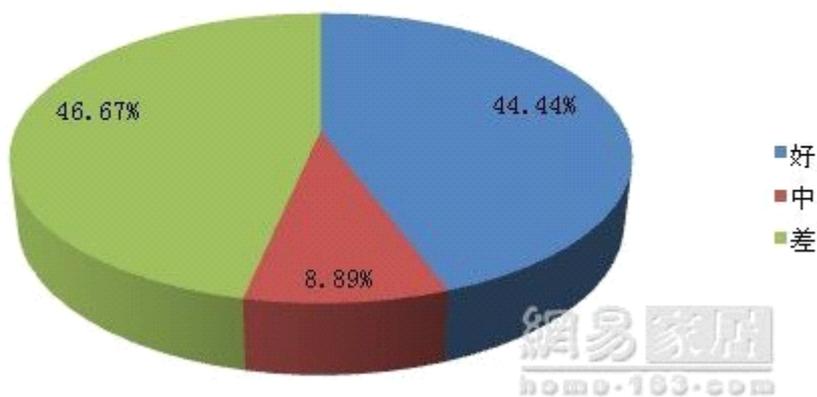


实际解决问题的壁纸企业比例偏低 解决方法有待改善

问题解决率



解决方案等级比例



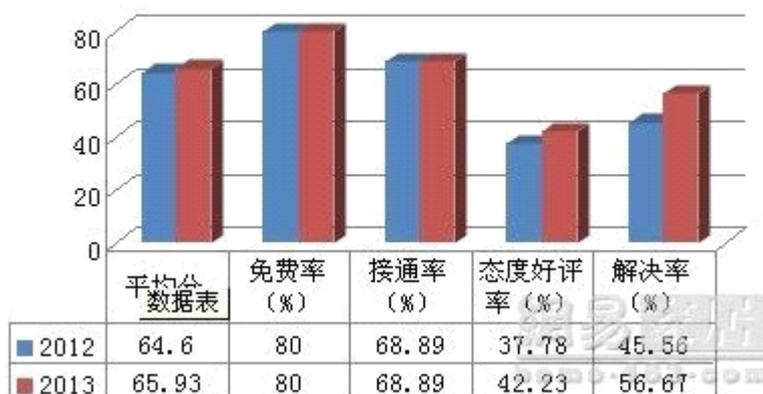
在能够接通客服电话的64.44%的企业当中，仍有46.67%的企业是不能够切实解决问题的，这些壁纸企业似乎没有认识到，虽有客服电话，但形同虚设，并不能说明一个企业售后服务具有实质的保障性，也不能增强消费者对一个品牌的信赖程度。而能够帮助消费者解决售后问题的这部分企业，问题的解决方案也仍然有待商榷，真正能让消费者感到满意的仅能占44.44%。

下一篇：门窗篇

3.10 门窗篇

2013年网易家居315售后服务电话调查在延续2011、2012年315售后服务调查的基础上，扩大调查品牌范围，调查家居建材10大行业260个品牌售后服务情况。历时多日的调查结果显示，门窗行业售后服务平均得分65.94分。所调查的15个企业中，节假日接通率只得40%，多厂家客服大玩“空城计”，这无疑是与免费售后服务电话的建立初衷有所偏离。

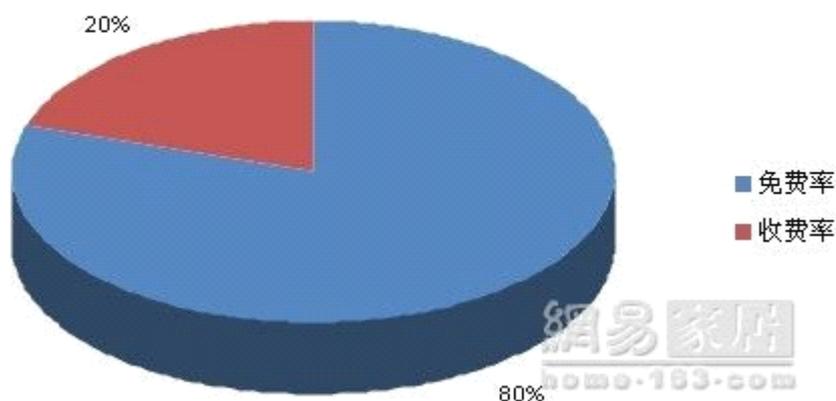
2012、2013各项指标对比



平均表现比去年略好

市场竞争愈演愈烈的今天，人们的消费观念慢慢发生改变，在同类产品质量和价钱相近的情况下，消费者会更注重产品的售后服务。作为半成品，门窗产品的安装和售后显得尤其重要。特别是消费者在购买产品后安装售后遇到的困难，门窗企业理应给予消费者专业的指导，售后服务对于一个门窗企业未来品牌发展是必不可少的部分。

免费率

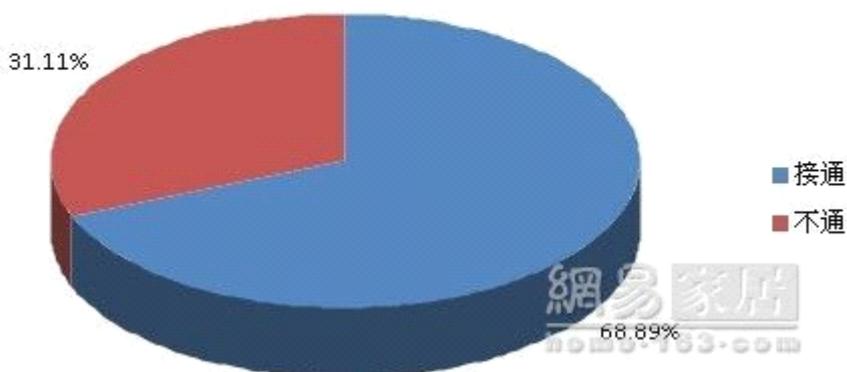


今年网易家居调查人员针对门窗行业投诉最多的产品质量问题，如：木门开胶、门框变形、新品气味刺激等问题，分别在工作日、休息日三个不同时间段，在不提供保修卡和发票

的情况下，模拟网友遭遇的产品问题对15个门窗企业售后服务品质进行调查。在2013年的网易家居315调查中，门窗行业售后服务调查平均分是65.93分，相比去年的平均分64.6分略高，其中问题解决率由原来的45.56%升到了56.67%、态度好评率从37.78%攀升到至42.23%，免费率与接通率与去年保持一致。

表现参差 多家企业大玩“空城计”

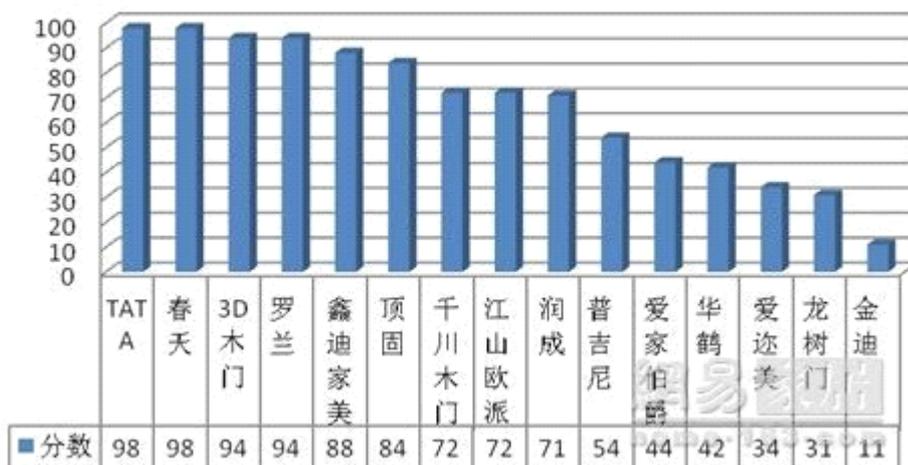
接通率



今年的接通率与去年持平，接听度保持在68.89%，节假日接通率为40%。调查的15个企业中，得分不及格有6个：金迪、龙树门、爱迹美、华鹤、爱家伯爵、普吉尼，扣分的主要项目是接听率。在周末接听成功的电话里，解决率为50%，同比去年10%有所提高。作为一个企业的售后服务热线，理应在工作日与非工作日都正常工作，为消费者提供便利，客服大玩“空城计”的现象应该有所改善。

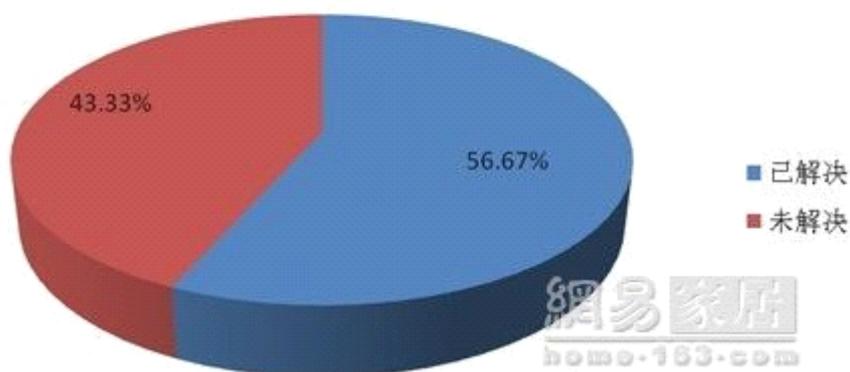
基本能解决问题 部分企业客服态度良好

门窗售后服务得分排行榜



在调查的15个品牌中，TATA 和春天都获得98分，紧跟随后的3D 木门、罗兰也获94分的不俗成绩。其中 TATA 木门的客服态度很好，他能耐心的为消费者解决问题，并主动告知消费者经销商的联系方式。3D 木门的客服也耐心地向消费者说明在合同期内产品可以进行免费维修，三次维修失败后可与当地经销商进行协商更换产品，贴心的指导令人留下深刻的印象。本次调查态度好评率有42.23%，高于去年的37.78%。

解决率



调查显示，总的问题解决率有56.67%，大部分的客服能提供经销商的有效联系方式，只有极个别的客服不肯承认自家产品有任何问题，态度恶劣。

四、售后服务建议

消费者购买家居用品越来越理性，家居品牌要建立、拉近于消费者的距离，并获得良好的口碑，让消费者享受实实在在的服务才是最关键的。从此次电话调查中，我们可以知道，得分高的企业，在售后服务的各个环节都做得比较到位，我们在此盘点获得满分的品牌企业的经验，希望能为家居行业真正为消费者做好售后服务提供一个借鉴。

服务建议：

- 1、预留专门的售后服务电话，建设快捷通道，缩短转接时间。
- 2、服务网点多，消费者可以越便捷地享受到各项服务。
- 3、更透明的标准化售后服务，维修保养费用对所有消费者都统一，透明。
- 4、延长售后服务时间，安排专业人员在周末值班，保证人工接通率应达到90%，其余时间应记录用户的留言解决消费者的问题。
- 5、服务需要标准化：包括上门服务的时间具体到小时，以便消费者安排自己的时间。
- 6、处理好消费者问题后，建议建立用户档案及回访制度。
- 7、瓷砖和地板等对安装要求较高的建材门类，建议企业要对安装工人进行专业培训，考核才上岗。一个不规范的安装工人可能会令地板生产、运输、销售、管理过程中数百人的辛勤劳动化为乌有。

网易家居独家呈献