

2020年上汽职工(劳模)创新工作室优秀事迹选登

用智慧的解决方案帮助车主走进美好生活

记上汽大众智惠服务创新工作室

本报记者 林芸

成立于2015年的上汽大众智惠服务创新工作室近日荣获2020年“上汽集团职工(劳模)创新工作室”称号。工作室秉持“深耕客户服务”理念,围绕上汽“新四化”创新转型部署和上汽大众战略发展要求,依托移动互联、大数据、云计算等技术手段,通过重构售后服务领域的人、货、场,推动售后业务向智能化、数字化转型。

“创新工作室的名字源自斯柯达品牌的 slogan, 即 simply clever, 寓意着用智慧的解决方案, 帮助车主走进美好生活。日常工作中, 工作室围绕着‘加强客户维系, 改善服务体验, 夯实服务能力, 提升盈利水平’这

四大使命开展项目课题研究。”创新工作室带头人, 原上汽大众斯柯达售后服务高级总监, 现售后服务技术高级总监钟仲秋告诉记者。

创新工作室自成立以来, 已累计孵化开发了15个创新项目, 并获得了一系列行业与企业奖项。其中, 2017年启动的“远程诊断”项目获得国家专利, 2018年建立的ABI商业智能管理平台刚获得国家“软件著作权”专利。

以客户需求为出发点

说到满足客户需求, 斯柯达原厂保养套餐是最具代表性的项目之一。这是一款能满足不同车主差异化保养需求的保养产品。其以客户需求为出发点, 做到了品牌统一管

理、全国统一售价、全网通承通兑。

钟仲秋告诉记者, 该保养套餐的诞生是一个漫长且复杂的过程。早在产品设计初期, 项目团队就通过走访经销商了解一线情况。当时, 大部分经销商其实并不看好。一方面, 相比O2O保养平台和社会修理厂, 原厂配件价格并无明显优势; 另一方面, 由于全国各地工时单价不同, 难以做到保养价格统一。这无疑是给团队当头浇了一盆冷水。

但团队没有气馁, 先后开展了竞品调研、价格模型测算等工作, 并与销售、财务等部门沟通, 确认流程中各个环节的要害点, 此后又在经销商端设立试点, 试探市场反应, 最终形成了方案。这其中, 许多环节都是从无到

有、不断摸索的过程。2018年7月, 该套餐上市, 团队工作重心又从研发转向经销商操作和客户使用体验提升上, 先后上线并优化了微信卡包查询功能、电商平台直购功能等, 让套餐使用体验更佳。目前, 该套餐已实现销量逾33万套, 直接锁定客户进站近130万辆次, 预期为经销商创造产值12亿元, 并为公司带来现金流4亿元。

创新论坛助青年员工成长

在业务创新的同时, 工作室还建立了师徒带教机制, 通过定期开展Human Touch青年创新论坛, 由资深产品经理将工作经验及创新思路分享给青年员工, 帮助他们快速



成长。

毛媛媛是团队中的青年员工之一, 负责附件产品的新业务研究与运营。在一次创新论坛中, 大家讨论道: 在车主低频保养的现状下, 如何增加原装配附件产品的露出与营销机会? 这个课题落到了毛媛媛的手中。她通过翻阅“新零售”与“数字化”方面的书籍, 提出打造“售后产品在线直销平台”的方案。通过团队多次探讨与研究, 2019年6月, “斯柯达售后直销平台”微信小程序上线, 这是斯柯达售后服务借助移

动互联科技升级传统汽车售后业务的一次尝试。平台在毛媛媛的打磨下, 陆续推出保养套餐、原装附件等产品。目前, 平台保养套餐成交量超3300套, 成交额突破500万元。从课题探索到项目设立, 再到成果转化, 毛媛媛逐步从传统附件业务专员成长为具有新零售与电商思维的附件新业务运营专家。

未来, 工作室还将坚持探索“数字化”售后服务举措。届时, 服务项目与服务流程将由数字化手段整合呈现, 实现真正的高效、便捷、透明服务。

他们让小喇叭发挥了大作为

记上实交通喇叭创新工作室

本报记者 林芸

在寸土寸金的徐家汇地区, 漕溪北路400号上实交通内, 有一间30平方米的场所, 里面配置了专业技术书库、工作台、工具柜, 同时还设置了项目研讨区, 这里就是上实交通喇叭创新工作室。

从传统电子喇叭到智能电子喇叭, 再到行人警示音系统, 自2015年成立以来, 已有50多个创新项

目从这里诞生。近日, 该创新工作室被上汽集团工会授予2020年“上汽集团职工(劳模)创新工作室”荣誉称号。

只许成功 不许失败的任务

车用喇叭一直是上实交通开拓市场的敲门产品, 销售人员到各大整车企业推广产品时, 第一个产品一定是喇叭。正因为

如此, 2015年, 公司党政领导决定设立上实交通喇叭创新工作室。

工作室在成立之初就紧跟市场动向, 明确攻关课题, 在原有传统机械式喇叭的基础上自主研发电子喇叭, 产品使用寿命从原来的10万次提升到了100万次, 并顺利配套上汽通用D2系列车型, 为公司平台化系列电子喇叭的开发奠定了坚实基础, 每年增加销售额约1000万元。该项目也在2016年获得了上汽技术创新三等奖。

在此基础上, 创新工作室积极开拓喇叭新的功能空间, 以满足各类用户的需求, 不断提升喇叭的实用性和先进性。行人警示音系统和中高端电子喇叭的开发, 是工作室成立后最具代表性的两个攻关课题。创新工作室带头人

秦晋为记者介绍了团队研发中端电子喇叭, 与奥迪A7L项目配套的故事。

“2018年, 工作室接到了这个任务。诸多艰巨挑战摆在我们面前: 按照奥迪的VW80000标准, 要求直接将喇叭的使用寿命从100万次提升至170万次, 试验温度从原来的90℃提升至95℃, 有10多项试验难度被提高。面对这些要求, 产品的设计思路、材料选择都需要重新定义及变更。并且, 由于产品要送往德国大众指定的第三方实验室进行全套BMG认可试验, 对我们来说, 这次的任务只许成功, 不准失败。”

在秦晋的带领下, 团队成员在产品开发及试验期间主动放弃双休日的休息, 通过不断优化设计方案和反复试验, 最终完成了满足奥迪标准的产品设

计, 并顺利通过德国第三方实验室的全套试验, 为产品成功配套打下坚实基础。

秦晋还透露, 近年来, 创新工作室一手抓量产项目, 一手抓技术储备项目, 将目标放在了高端智能电子喇叭上, 大力推进“标准化、系列化、平台化、模块化”产品研发。工作室积极开拓特斯拉等项目, 近期已启动。

国内喇叭技术标准制订的引领者

与其他的创新工作室一样, 喇叭创新工作室也在积极开展“传、帮、带”工作, 通过师徒带教、内部组训与委外培训相结合的方式, 让老员工传经送宝, 给新员工补充新知, 实现教学相长。

工作室内负责硬件设

计的核心成员陈阿艳和李祺, 通过在工作中的磨砺及师傅带教, 现在已能独立完成喇叭企业标准的更新及完善。同时, 凭借着对产品性能的深刻理解, 也能独当一面解读奥迪、宝马、TESLA、PSA等国际大型车企产品的标准, 讨论及确定配套认可要求。

作为国内喇叭的专业配套厂家, 工作室成员还主导起草了喇叭GB15742新版标准。秦晋说: “这样做的好处是让大家对喇叭国标能有更全面、更深入的了解。另外, 通过参与这项工作, 团队内的骨干精英也已成为国内制订喇叭技术标准的引领者。”

目前, 团队成员中有3人被聘为技术总监, 2人被聘为技术高级经理, 4人被聘为技术经理。

