

优质服务是苏宁适应新格局的底气

苏宁30年,是以服务立足的30年,如今服务也成为了苏宁在构建双循环大格局中的“杀手锏”。苏宁控股集团董事长张近东认为,数字经济时代,随着全球经济和产业结构的升级,服务贸易已经成为全球价值链重塑的重要一环,是推动全球经济新一轮发展的新引擎。“作为深耕消费服务行业30年的零售企业,苏宁正处于云化发展、开放赋能的新阶段,我们将顺应新格局、新趋势,利用好国际国内两个市场,化资源为优势,争取更大发展。”



苏宁的服务传统

服务根植于苏宁30年发展的基因中。

上世纪90年代,27岁的张近东果断抛弃铁饭碗辞职“下海”,在南京创办了苏宁,张近东“初生牛犊不怕虎”,一头闯入了在当时还属于国有大商场专营生意的空调批发领域。当时苏宁能在夹缝中生存下来,靠的就是低价和优质服务。年轻的张近东胆大心细、敢于创新。还首次在业界创立了营销商“配送、安装、维修”一体化服务体系,并组建了专业安装队伍,及时上门为顾客免费安装空调。

通过创新服务模式,打造优质服务体系,苏宁最终赢得了市场青睐,不过也给自己惹上了麻烦。1993年,才3岁的苏宁遭遇了南京“八大商场”的联合围攻。最终,张近东带领苏宁以弱胜强,苏宁一战成名跃升为国内最

大空调经销商。在今天看来,张近东之所以能扭转乾坤,用现在互联网时代的话说,就是踩住了家电零售新时代的风口,解决了行业价格和服务这个痛点,是市场最终选择了苏宁。

1998年亚洲金融危机爆发,实体经济市场一片哀鸿,当时已经初具规模的苏宁也面临着重大冲击。此时,张近东审时度势,以壮士断腕之心力推苏宁首次转型变革:苏宁要从专业零售向综合连锁零售转变。虽然当时困难重重,但张近东力排众议,硬是通过创新服务模式把苏宁带出了绝境,后来事实也证明,苏宁不仅挡住了危机冲击,还走出了一条光明的康庄大道,从此开启了如今全国零售同行都在争相学习的苏宁连锁化模式。