

谢谢你!“快递员”老崔 给联想忠实粉丝送手机

Lenovo 联想

谢谢你
8.28
联想超级购物节
8.20-8.28



感谢有您
一路陪伴

□东方今报·猛犸新闻记者 刘继忠

【谢谢你】请收下这份跨城而来的惊喜

2019年8月22日 12:00 郑州东站

熙熙攘攘人头攒动的郑州东站,有这样一抹身影掠过,抱着一个包裹提着一个蟹笼匆匆跑进高铁站,他就是联想集团中东大区消费业务河南战区总经理崔培振,正准备从郑州坐高铁去洛阳,为粉丝送货。

2019年8月22日 12:30 洛阳

此刻在家刚吃完饭的忠实粉丝用户王冠锦正在等着收新手机,前两天,他在联想官网下单了一台专享2019元老用户优惠的联想Z5 Pro GT手机,他不知道的是,这份快递惊喜是从郑州赶来的。

2019年8月22日 14:30 王冠锦的家

打开门,王冠锦惊喜地发现,快递员身上穿着印有联想logo的衣服,包裹上写着“谢谢你”,还有一盒大闸蟹,一张定制感谢卡。

这份特殊的快递,源自联想启动的以“谢谢你”为主题的“联想828超级购物节”活动。8月20日至28日,联想集团执行副总裁兼中国区总裁刘军带领联想中国的管理层,通过为老用户送货这个行动,身体力行传递“以客户为中心转型”决心和对客户“敬畏感恩,超越期望”的新创业文化。

【谢谢你】“选择-信任-支持-陪伴”一路相伴

王冠锦虽然目前是一名大一学生,但已经是联想的7年老用户了,他和联想的故事要从一个小决定开始。

当时购买了第一部联想手机s880i,开始认识了联想这个品牌,第二部VIBE Z,第三部A859,第四部VIBE X2,再到记忆犹新的第五部K920。从选择变成了信任,五部手机也见证了他的青春。直到今天,他说不管身边人选择哪款手机,他始终坚持用联想。在接下来的几年,他对联想产品产生了一种依赖,从最初只有联想手机到现在的小新笔记本、联想一体机、联想耳机、联想手表以及联想Siot产品全线覆盖。

【谢谢你】因为热爱和信仰,7次往返两个城市

2018年,在联想手机沉浸了一年以后,掌柜带着联想手机回来了,王冠锦也踏上了追寻联想手机之路。

2018年3月20号,第一次参加联想手机新品发布会见到掌柜;6月5号,联想Z5发布会上,他又见到了掌柜;10月18号,参加联想S5Pro发布会;11月1号,参加在北京全球总部召开的联想Z5Pro发布会;12月18号,参加了联想Z5s/联想Z5 Pro GT新品发布会。这一年还参加了联想的Tech World。

一年,一个人,7次前往北京,零距离走进联想,重新认识联想,也让他更加喜欢这个品牌。

【谢谢你】漂洋过海求学也带着它

2018年,王冠锦收到了自己的国外大学录取offer,这也意味着,他带着联想全套产品出国了。每天在学校上课,教课老师会和他讨论一些科技类产品,因为他自己标配联想自家的手机、电脑、手表、耳机产品等等,所以也会给老师介绍联想品牌故事和联想的一些明星产品。就连老师都说:“他是一个联想真爱粉。”同时,这让留学生的老师也更了解那家来自中国的一个伟大企业——联想(Lenovo)了。



左:联想粉丝王冠锦;右:联想集团中东大区消费业务河南战区总经理崔培振

■王冠锦送给联想的话

无论这个世界多么黑暗,你也可以找到一缕光,来照耀你的道路,继续前行。你只要找对方向,找回自我。这一路,哪怕走得再慢,哪怕要翻山越岭,也要一步一个脚印,你离成功也会越来越远。不要认为你是孤身一人,其实还有千千万万的小伙伴在背后与你一起!

■中国区总裁说法

刘军力推“以客户为中心的转型”Q1业绩逆势上涨

正值联想成立35周年之际,联想将这次购物节主题定为比较朴素的“谢谢你”,意在诚挚感谢多年来的联想客户。

联想集团执行副总裁兼中国区总裁刘军2017年提出了“日出东方”战略,今年年初进一步提出了“联想智慧中国”的战略愿景,围绕“联想智慧中国”,联想在中国要实现两个转型,“以客户为中心的转型”和“智能化转型”。刘军曾表示,从前联想是以产品为导向,现在必须转向以客户为中心,以客户的需求来指挥业务的端到端的变革。

一周前,刘军在联想集团2019/20财年第一财季业绩沟通会上对媒体再次强调以客户为中心转型的重要性,“我们的目标简单来讲就是要拼命拉近与客户的关系,特别是希望能够直接to C,同时改善服务。”

一周后,刘军就带着联想中国的管理层作为联想产品的“快递员”,走进联想用户的家中,与用户讨论联想电脑的各种问题,这也是他向公司内部以及外界发出的强烈信号,以客户为中心必须落地实施。

根据最新财报数据,联想无论是全球还是在中国,都连续占据PC市场份额第一,第一财季联想在中国的市场份额高达38.4%,同比上升0.3%,在中国整体PC市场下滑的大环境下逆势上涨,刘军认为,成绩的背后,是联想坚持以客户为中心的转型,推动业务模式的升级变革更贴近用户所取得的初步成效。

在上一个季度,联想整合了九个产品种类,协调了四大业务部门,把原先基于不同产品设计的18条客户热线,整合到400-990-8888一个号码下,极大地方便了客户记忆和拨打,刘军认为,“这样的改变,是联想推进以客户为中心的转型的重要体现,也是联想在逆境中不断向上的重要原因”。

数据显示,消费已连续5年成为拉动中国经济增长的第一动力。随着增加居民收入、改善消费环境、提升产品质量等一系列政策措施加快推进,中国消费潜力将进一步释放。作为中国高科技企业代表之一,联想也致力于通过提供匠心产品和虚心服务来提升用户体验,释放消费潜力。

感谢每一位联想粉丝的支持与信赖! ①