

提供夸人服务的“夸夸群”引发热议,记者应聘当夸友

6小时接单 10次,挣了13.91元

晨报记者 吴艺璇 见习记者 荣思嘉

最近,一个无论你是谁、做了什么事都会被围起来夸一顿的“夸夸群”火了。

那么,这些“夸夸群”究竟是如何运作的呢?记者体验后发现,不少“夸夸群”都在电商平台上招人,应聘时还得面试,而且夸人的活也不轻松;记者加入一个“夸夸群”后,从晚上6时工作到深夜12时,所在的“夸夸群”一共接单10次,记者参与了6次,赚了13.91元。

加入得“考试”、事后要总结

体验 1

记者在“闲鱼”上随机添加了一位网名为“小胖”的店主,告知自己也想加入夸夸群的想法,“小胖”随即要求记者加其微信。

添加微信之后,小胖进一步地展开“岗前测试”:“文采如何?会夸吗?先夸两句来看看?”一番交谈过后,记者算是通过了小胖的“面试”,并叮嘱记者“就是根据单子多夸夸人,有‘走心模式’和‘轰炸模式’两种,反正有单会提前跟你说的”。

之后,对方便将记者拉进了一个名为“无敌彩虹屁夸夸群”的微信群。

“无敌彩虹屁夸夸群”加上群主小胖,总共8人。晚上8时,记者进群已经等待了一个多小时,还没等来一单生意,群

里的“夸友”们不禁开始抱怨起来:“前几天风很大,特别是三八节前后,好多人来买,一晚上最少也有10单,现在生意不好了。”

为了鼓舞士气,“小胖”又开始在群里做起了培训:“具体是这样的,买家的单子到了的话,我会提前招呼,也就5分钟左右,大家要提前准备好句子。这些都是经验,大家可以多准备点话,毕竟5分钟也不短,主要也是希望不要停止,夸到中间出现卡顿,也挺尴尬的。”

这个晚上,“无敌彩虹屁夸夸群”仅接了一单生意。5分钟的“夸夸”过后,购买服务的顾客被“踢”出了微信群,小胖又根据客户的反馈做了一番总结,还不忘鼓励大家:“没事聊聊天。”

体验 2

13日晚上,记者又选择了一家名为“彩虹屁”的夸夸群,开启了夸人挣钱的模式。记者通过微信添加了一位招聘人刘立(化名),虽然是应聘夸人,但没有任何面试、培训的过程,记者便被刘立拉进了名为“彩虹屁”的30人微信群,直接进入夸夸群“实战状态”,在这个群里,刘立成了“彩虹村老王”。

“欢迎女神加入,女神来了,你们自己把握机会。”一进群,记者就被群友一顿夸,这让前来应聘的记者有些诧异。

刘立解释,虽然进群是负责夸人,但新人可以先免费被夸一番。

刘立说,他从3月11日开始推出了“夸人服务”,他的夸夸群只有一种消费标准,25元夸10分钟。相比闲鱼上50元10分钟的夸夸群,刘立觉得自己经营的群“就是为了开心”,“那些价高的太黑了,哪有这么可怕”。

进群才7分钟,就开始接单了。一位小姑娘为了给男友惊喜,给他定制了一个“男神专场”。在将男友拉进群之前,“彩虹屁”的

夸友入群可免费被夸一次



“夸夸群”截图 /手机截图

夸友们热情不减,竟互夸了起来。彩虹村老王让各位夸友私信结账,记者也挣到了夸夸群的第一桶金——1元钱。

3分钟后,新的单又来了。又是一个姑娘为男友下的单。夸友们使劲夸男神,顺便把这对情侣也狠狠地祝福了一番。10分钟,记者就夸了三句话,1元钱又赚到手了。

在之后的两个小时里,夸夸群里又相继接下了5单,群里的人分别从长相、性格等各个方面夸赞购买服务的人。其中有为闺蜜定制的“电竞圈”,在最后的一分钟里还设计了“跟队形”式的吐槽,整齐划一的“xxx滚出‘小仙女’的快乐世界”刷屏。

此外,还有一位请求女友原谅的男生找到了我们,群名立刻变成“给xx小仙女的道歉团”。

虽是“道歉团”,但夸夸群的“本性”不变,还是以夸为主,最后以“xxx要向xx小仙女诚恳(的)说一句对不起”刷屏结束。

从晚上6时至12时,该夸夸群一共接单10次,记者参与6次,赚了13.91元。

群名被改成了“王男神的彩虹屁”。

“准备了,各就各位@所有人。”“彩虹村老王”一声令下后,小姑娘将男友拉进群,为了不让男友发现,她立即退出了群聊。

王男神就在“一脸茫然”下开始被连环夸赞。谁知,王男神“钱多话不多”,总共在群内发了三条消息,其中两条是微信红包,记者共抢到了5.92元。

10分钟过后,王男神就被“请”出了夸夸群,群名恢复成“彩虹屁”。王男神走了,群内的

太平洋产险“小娟热线” 高效服务用爱负责

想您所想、急您所急,快速解决问题

最近,太平洋产险的车主高先生碰到一件烦心事。高先生的车子出了事故,负有全责的对方车主一直回避,不肯配合他处理好相关理赔事宜。高先生为修车跑了好几趟修理厂,好不容易车修好了,但是没有全责方发起理赔,高先生就拿不到已经垫付的修车费用。束手无策之下,高先生找到了自己车辆投保的太平洋产险上海分公司,被告知可以代位求偿,但需要提供一些全责方的资料,而高先生又拿不到这些资料。就在高先生准备放弃理赔时,收到了太平洋保险发来的一个回访链接,高先生认真填写了问卷,没想到当天就收到了太平洋产险上海分公司“小娟热线”打来的电话,“小娟热线”主动了解高先生车辆事故经过,并核实到全责方的承保公司也是太平洋保险,立即表示会帮高先生协调解决。一周后,高先生顺利拿到了理赔款。惊喜之余,高先生还专程来到太平洋产险上海分公司,向“小娟热线”工作人员表达了谢意。

为了提升太平洋保险售后服务质量,畅通咨询投诉渠道,提高电话接通率,太平洋产险上海分公司于2009年正式成立了“小娟热线”,团队负责人小娟原是一名95500坐席生,靠着过硬的服务技能迅速成长为业务骨干,负责太平洋产险上海分公司理赔咨询与疑难案件的协调处理。“小娟热线”是太平洋产



险上海分公司的一个对外服务窗口,主要负责处理电、网、信、访等各渠道的保险消费者咨询、投诉;接待来访客户;处理各级监管机构转办的投诉信函;为客户提供通畅便捷的沟通互动渠道;不断完善分公司服务质量管理体系。

近两年来,太平洋产险努力推动客户经营转型,从客户视角优化服务,建立了NPS交互型客户体验监测平台,平台运行的基本框架是

“客户发生接触——系统自动触发调研——低分电话预警回访——反馈分析与改进”,目前已经在投保、理赔、增值服务环节的多个场景设置了监测触点。“小娟热线”不断创新服务理念,借助NPS平台对客户反馈进行即时跟踪,找到“有问题”的客户。从“等你来”到“去找你”,“小娟热线”建立起了日常优化机制,快速解决痛点问题,实现了质量管理的华丽升级。上述的高先生就

是这个平台的体验者和受益者。

找到抓手、完善制度,实现指标优化

十年历程中,“小娟热线”荣获的外部荣誉数不胜数,不过,在众多的外部荣誉和成绩中,“小娟热线”的成员们最为看重的还是客户的口碑,他们在日常工作中靠自己的点滴努力,务求使客户心情舒畅,放心

踏实。几位得到帮助、深受感动的客户为“小娟热线”送来了“大火无情人有情,感恩太平洋保险”、“客户至上,优质服务”、“文明礼貌得人心,尽心尽责受人敬”的锦旗和表扬信,在他们眼里,这些客户的肯定才是最宝贵的财富。

“小娟热线”不仅是太平洋产险上海分公司的咨询受理和投诉处理窗口,还是服务质量监督管理团队。在“小娟热线”的推动下,太平洋产险上海分公司建立了投诉处理全司联动机制,组建了覆盖全司的兼职投诉处理队伍,保证了公司投诉问题的解决路径明确、责任清晰,为提升公司的投诉解决时效起到了关键作用。近年来,“小娟热线”不断健全投诉管理制度,完善联动机制,加强队伍建设,借助信息技术促进管理进步,提升整体服务协作能力,逐步实现投诉由结果管理向价值管理转型。

为更好保障消费者权益保护工作,“小娟热线”近两年来不断升级管理,对内加强投诉分析,每月开展服务质量测评,建立定期通报制度,完善投诉调解制度,加大升级投诉跟踪问责;对外加强了与上海市、区两级消协的联系沟通,建立健全投诉案件专人联系制度和诉调对接机制,做到投诉不出公司、不出行业,收效明显。2018年全年,太平洋产险上海分公司投诉化解率96.3%,处理及时率100%。在投诉指标方面建立了与同业对比优势,实现了优行业、优主要同业的“双优”成果。(广告)