



用心打造南北·西岸 精品物业管理服务

南北·西岸项目即将全面完美竣工,交付业主使用。近日,物管公司已经正式进驻南北·西岸项目,开始着手相关工作。据了解,物管公司将认真做好前期工作,并致力于提高服务品质,树立西岸品牌物管形象。

新南北物业管理公司在西岸交付前提出了“精品”与“高端”战略,应该说这是一种巨大的进步,毕竟有书面化的质量标准总比没有好,但关键在于如何使之付诸实践,使我们的后续服务让业主们能体会到、感受到实实在在的“精品”服务,如何才能达到“高端”这种质量战略目标呢?

首先,在南北·西岸这个项目的高质量带动下要树立关注顾客满意度的意识。

本人认为要做到顾客满意,至少要树立两种新意识:其一,树立顾客满意是企业产品质量的最高标准的意识;其二,顾客满意要把顾客作广义理解,除自己之外的其他所有人都是顾客。不仅业主和非业主使用人是顾客,相关供应商、承建商的工作人员是顾客,内部员工和同事也是顾客;作为管理人员,尤其是要把自己的下属作为顾客看待,和外部顾客一样给予重视。酒店管理专家曾经做过试验:一线服务人员(内部顾客)的满意率每增加1%,外部顾客的满意率可增加3%-5%;也就是说要想获取较高的外部顾客的满意率,首先就必须先提高内部顾客的满意率。在旅游服务业中,早已形成这样一种共识:没有满意的员工就没有满意的顾客。

第二,关注顾客满意要把握好服务的特征,大力开发人力资源。

物业管理服务是服务产品中的一种,服务所具有的特征都值得我们去研究探讨,并从中挖掘出有利于我们从物业管理服务的东西。分析一下服务的几个特征:

一、服务的对象是人,人是世界上最

复杂的高等动物,不同的人可能对同样的服务质量会有不同的评价,正所谓萝卜青菜各有所爱。因此,我们在提供服务的同时,要善于和业主沟通,理解业主的真正意思表示,只有这样才能针对不同的业主在保证标准质量的基础上适当的予以变通,以满足不同业主的个性化需求。

二、一次性或叫生产与消费的同时性;服务相对于有形产品来说,一次性的特点非常明显,它一边生产提供,一边由客户(业主)同时进行消费,服务的生产提供不能储存,更不可能进行维修、返工,一旦没做好,造成的损失就不挽回,只能给客户(业主)进行补偿。这就要求我们在提供服务时事情一次就做对,要求我们服务提供者有较好技术、技巧和综合素质。

三、不可预测性;即使服务的提供有一套标准的流程,但因提供者个人素质不同和接受者的心理感受不同,再加上环境与时间的瞬息万变,在服务没有完成之前,谁也不能对服务的结果作出预测。

从以上几点我们不难看出,决定服务质量高低的关键在于我们服务者的素质和技能,而物业管理服务行业的入职门槛较低,人力资源的开发就成了各项工作中的重中之重了。

第三,物业管理服务要关注顾客满意,还要注意分析物业管理服务与其他服务的区别,即它自身的特点:

一、物业管理服务的客户具有相对稳定性;物业管理服务中,客户主要是拥有产权的业主及其亲友或者是长期租客,流动的不是客户,反而是服务者。如果是服务质量不好,负面宣传与影响比旅游业来得更快,对企业的打击更为严重。

二、物业管理服务的顾客更注重物业功能的完整性;金融业的顾客关注的重点是财产的安全性,酒店业的顾客关注重点是享受与舒适性,而物业管理服务业的顾客因其拥有产权或要长期使用物业,就会特别关注物业的使用功能的完整性,在物业的完好基础上才会有其他的需求,因此,对物业的管理、养护与维修是物业管理服务的重中之重,它是物业管理服务的其他服务项目的基础与源泉。

三、物业管理服务具有很强的综合性和专业性;

物业管理服务不仅要具备一般服务的知识与技能,而且还要熟悉房屋建筑、给排水、强电、弱电、安全智能化、园林绿化、特种动物养殖等多种专业知识,这就要求我们的员工不仅要有很强的专



南北·西岸实景图1

业性,而且要有一专多能的综合素质。

从以上分析不难看出,物业管理服务虽然入门门槛不高,但要做成优质服务精品并非是一件简单的事。因此,要想把南北·西岸千头万绪的物业管理服务做成精品,一定要“心”来做,每个南北·西岸管理服务人员要具备以下几种“心”:

一、热心:在下一步南北·西岸管理服务的千头万绪中,要有热心就是把业主等顾客当作自己的亲人,从心底里认识到顾客的事情就是自己亲人的事,就是自己的事情。对于顾客的合情合理的服务申报,要像对待自己的初恋情人那样千方百计地予以满足;而且不仅仅是简单地完成任务式地去敷衍了事,而是应全面周到地站在业主的立场上替业主着想,甚至是业主没有想到事情都要想到并替他去做好,争取做到持续不断地超越顾客不断增长的需求。

二、恒心:搞好一天精品物业管理服务并不难,难的是长期做到精益求精。即使是全国知名物业管理企业,在某段时间或某个楼盘内的物业管理服务质量出现过或大或小的波动,更不用说一般的中小企业了。恒心不仅是物业管理企业内的员工要有,而是物业管理企业作为一个法人,更应具有它;具体地说就是要保持优秀骨干人员的稳定性,使服务提供有可靠的人力资源保障。

三、专心:如前所述,物业管理服务需要较强的专业性,虽然综合素质是必要的,但有庖丁解牛的熟练技能更是受人欢迎。因此,我们要能沉住气,在自己的专业领域内做到精益求精。

四、爱心:对于业主的求助、服务申报以及投诉,我们应明白是业主信任我们才来找我们,或许业主们有的问题不是我们工作职责范围内的事项,或许个别业主是在无理取闹,或许业主提出的要求很苛刻,但我们都应保持一颗爱心。“老吾老以及人之老,幼吾幼以及人之幼”这种爱心

应当充分体现出来。

五、诚心:德国西门子的企业文化中有一句话说:“请热情地工作吧,哪怕你是假装的。”这句话用到物业管理服务中来,恐怕要修改为“请热情地工作吧,应当是发自内心的。”物业管理服务的顾客相对稳定性决定了我们的工作热情必须是发自内心的,俗话说“路遥知马力,日久知人心”,低头不见抬头见的业主很容易发现你的服务是真心还是假意。能为广大业主们创造一个美好的生活和工作环境是一件非常有意义的工作,同样是在为社会作贡献,而不仅仅是在养家糊口。我们明白这个道理之后,才能发自内心的去为业主提供优质的服务。

六、责任心:园区琐事繁多,这就要求我们做事无巨细,一一予以记录,按业主要求的时间里,高效高品质地完成,做到事无漏网;同时,对于顾客提出的不属于本人职责范围内的事情,也应转告或引领顾客找到相关责任人,让其为顾客提供周到及时的服务。没有责任心,一切工作都会做不好,更别说精品服务了。

综上所述,南北·西岸花园要做到精品、高端服务的层次,必须实实在在在用心去做,只有用心,我们才能站在业主的立场和角度去考虑问题;只有用心,我们才能关注和理解业主的个性化需求;也只有用心,我们才能做到超越业主的欲望,想业主所未想到的问题,做我们应该做的事情。当我们真正用心去服务时,你就会发现,业主并不是我们想象中的那么难以打交道,毕竟人心都是肉长的,人非草木,孰能无情?当我们尽心尽力的为业主服务时,再挑剔的业主也会为之感动,最终我们物业管理服务人员就会和业主、租户等顾客们成为相互信赖的朋友式的合作关系。至此,精品、高端服务在无形之中就水到渠成了。

(物管公司 侯占胜)



南北·西岸实景图2

提高敏感度 练好基本功——浅析当前房地产形势

当前,政府出台了一轮急风骤雨般的房产调控政策,给房地产市场带来影响。房企的开发速度放慢,购房者的投资热情受到遏止。无论是政府、投资者还是购房者均在观望。

本次调控政策与以往的调控政策在质与量上均有较大的不同。在这种形势下,如何更好地认清形势,理清开发思路,把握开发进程,是每个房企都不容忽视更不能回避的大问题,关系到企业的生存发展。笔者在此与同仁就“目前开发企业如何认清形势,恢复开发信心,控制开发节奏,在逆市中求得更大的生存空间,在顺市时求得更多更好的效益”作浅析性探讨。以下是几点浅见。

一、从整个行业发展的角度看,由于体制、机制以及国家经济、地方经济对房地产行业过度依赖,使房地产行业存在着很多不完善、不规范之处,正是这种不完善、不规范在很大程度上导致了市场发展的不理性。因此,要想使房地产行业长久持续发展,对现有的体制及不规范之处进行调整是一种必然,目前房企对政策

影响市场的作用力要有高度的职业敏感度。

二、从市场角度去认识。房产商品既然是一种商品,它的价格必然在很大程度上取决于供求关系。在过去,土地的紧缺性供应制约了商品房的供应量,而同时因城市化、适婚人群高峰的到来、投资渠道的缺乏等因素使需求市场迅速膨胀,供需失衡是造成房价迅速波动的根本原因。因此要想防止房价的迅速上涨,供应和需求两手都要抓。既要防止由于调控挫伤房企的积极性,又要遏止投资者的炒房热度,还市场应有的理性。市场化的供求关系只能用市场的手段去把控。

三、从开发主体去认识。国家、银行、房企和消费者是房地产市场中的四大主体,其中国家及房企均承担着开发职能,但在两者在产品细分、服务人群上具有明确的分工。在房产产品的细分市场,经济适用房、廉租房、人才专用房、旧城改造群体均以政府为开发主体,政府的服务对象主要为低收入人群及其他特定群体。开发商则应着力服务于有能力进入商品房市场的消费者,这些消

费者的经济能力又有高低之分,他们对经济型、改善型及享受型产品的需求不同,这又使商品房市场进一步细分。对于房企,首先要找准自己的定位,确定自己的服务对象及要进入的细分市场,在此基础上进行客群研究和产品研究。

四、从需求的角度看,杭州的需求空间非常广阔。“人间天堂”的美誉、“最佳旅游城市”、“最具经济活力城市”、“最具幸福感的城市”等光环使外地人有着对杭州的向往,而杭州对外来人才的政策优惠、购房入户等更增添了杭州的吸引力。除了这些外来需求,杭州本身更有非常庞大的需求群体——以留杭大学毕业生、来杭务工人员以及本地适婚人口等为主构成的新增群体层,需要提高居住品质、改善教育配套等因素而购房的改善层,以及快速的城市化发展而带来的“农转非”需求层……可以说,杭州庞大的购房需求将支撑起杭州房地产市场的长远可持续发展。对房企而言,我们在对前景充满信心之余,更要练好基本功,在产品上做精做细,这样才能在可持续发展之路上走得更远。

(开发部 史昌忠)