怎样重新塑造“1159”的品牌

◆朱玉萍

(宝钢集团新疆八一钢铁公司物业公司)

20世纪80年代标志着品牌概念的一个转折点,管理界的人士认为,企业最宝贵的财富是品牌。品牌是企业的一项重要无形资产,其能给企业带来巨大的价值,中国品牌发展,从1992年“中国质量万里行”开始的。我单位1159品牌建立是从1998年开始至今已经历了21年历程,怎样让其保值增值、规避危机,让1159的口碑回到八钢老百姓心中。

一、荣誉和现状

1、荣誉获得情况,1998年,1159服务热线成立;2000年全国级青年文明号;2005年通过商业部服务体系认证证书;2010年自治区工人先锋号;2011年中央企业青年文明号;2012年全国级工人先锋号;2014年生活管理站煤气QC小组降低调压器高度、消除安全隐患自治区优秀质量管理小组;2015年生活管理站煤气班,在新疆维吾尔自治区第一次质量信得过班组代表大会被评为班组管理成果发布三等奖,2016年-2018年无荣誉。

2、人员趋于老龄化,岗新117人(原90人)评均年龄45(原24)岁左右,协力74(原13)人;人员变动频繁;服务意识欠缺粗暴没耐心;服务技能低区域范围不熟知,处理问题不及时。

3、增加业务量2010年接管头屯河区生活污水厂、2016年接管生活区加热站、2016年物业公司所有维修维护集中到1159,机构名称由原来的生活管理站,变更为物业维修部。

二、建立服务方针:全面推进用户满意服务,塑造优质物业服务品牌

三、树立服务理念

1、六个内容

一个宗旨:全心全意为用户服务。

两个保证:保证用户的需求只需要告诉我们一次,保证有问必答,有求必应。

三个到位:用户投诉处理到位,用户咨询回答到位。电话回访工作到位。

四个不准:不准抽用户家的烟。不准喝用户家的水。不准用用户家的电话,不准用用户家的卫生间。

五个细心:电话接听要细心。收费要细心,维修过程要细心,信息反馈要细心。现场安全要细心。

六个要求:一个工作牌,一个工具包,一块抹布,一张派工单,一张留言条,一双鞋套

2、做到三声、四要、五不、六到

三声:来有迎声、问有答声、走有送声

四要:工作态度要让用户满意;工作结果要让用户满意;工作方式要让别人感到愉快;工作目标要让自己感到骄傲

五不:遇到询问,耐心细致,不厌烦;用户查费,准确快捷,不错查;面对表扬,谦虚谨慎,不自满;面对批评,虚心接受,不推诿;碰到误解,顾全大局,不争吵

六到:说话甜美到位;技能提高到位;解释统一到;思维清晰到位;工作耐心到位;行为规范到位

四、履行承诺

为更好地贯彻物业公司的工作要求,促进本岗位服务水平,提升1159青年文明号整体形象,我作为1159的一名号员,郑重承诺:

1、保证提供的服务达到用户的满意,信息全部真实、完整、准确。

2、保证所从事的每项服务工作严格遵守各项规章制度及服务规范;面对用户的服务需求首问负责,不推诿,不扯皮。

3、保证按规定的服务收费标准收费,不擅自收费;不索取、收受工作以外的任何用户赠物或者其他财物。

4、保证不得从事任何可能对生活管理站服务质量、服务公正产生影响维修、营销等活动。

5、保证服务零距离、工作零差错、用户零投诉。

6、保证服从作业区的管理,以用户满意为目标,确保服务工作正常运行。

7、保证言行一致,言语文明,不说不该说的话。

8、保证服务技能争一流,不断提高自己及徒弟的技能水平,

各项考核能达标。

9、保证通讯畅通,突发问题能随叫随到,迅速到达现场,及时解决问题。

10、保证树立大局意识,服从班组服务工作的安排,立足岗位做贡献、创先争优当先锋。

五、耐心服务+认真服务=优质服务

1、入户人员劳保穿戴整齐、佩戴相关证件、准备好工具。

2、入户姚文明礼貌,到工作地点规范的敲门动作为连续轻敲两次,没次连续轻敲三下,有门铃的要现按门铃,见到用户开门时要说:首先要自我介绍,确认用户,并出示上岗证。问候语“您好,我是1159服务人员”。

3、入户人员进入用户家前必须穿鞋套。

4、对用户所询问的问题或建议耐心回答、处理(或记录)。

六、开展服务培训,提升服务意识

1、物业公司2018年4月11日-13日,为提升服务礼仪的规范化,特邀宝钢人才开发院老师开展《八钢“心”服务培训》,参加人员56人。

2、编制《物业服务有偿维修管理办法》转变工作作风,规范了维修人员及物业服务大厅收费组工作流程及工作要求,严格落实“先服务,后收费”,让居民水、电、气、维修缴费“只跑一次”,切实把主动服务落到实处,为八钢的居民用户送上便捷的维修服务。

3、班前会培训现在物业维修部供电维护班组、管道班组、煤气班组、加热班组、调度中心将服务培训贯穿到班前会,作为常规工作落实。

4、开展示范性培训12月开始每周先由物业维修部书记对供电维护班组、管道班组、煤气班组、加热班组、调度中心分别进行语言、行为、情绪控制的示范培训,再由班组每日再培训,物业公司不定期抽查验证,物业维修部每月验证,班组每周验证。

5、导师带徒,由物业维修部和片区长,从骨干中选拔好学、上进职工,通过加强导师带徒等形式提高员工技能水平,以缓解存在服务技能、服务意识、与用户服务需求的矛盾。

七、2018年共服务26065户。其中:物业维修部共服务26065户,满意26031户。服务满意度为99.87%;物业维修部共服务26065户,及时25952户。服务及时率为:99.57%;物业维修部需回访26065户,实际回访24128户。回访率:92.57%;物业维修部共1572盏路灯,1572盏路灯明亮,路灯明亮率:99.15%。

八、需要我们要做的

1、现实服务水平与我们制定的服务理念和承诺存在差距,需要我们反思不足,依然要加强培训提高全员服务意识、服务技能和服务效率。

2、通过回访、走访对标找差,规范服务用语、行为、情绪力争在今后各项工作中赢得用户的满意。

3、“三供一业”入户安装

为全面贯彻落实《国务院办公厅转发国务院国资委 财政部关于国有企业职工家属区“三供一业”分离移交工作指导意见的通知》(国办发,2016“45号)精神,积极稳妥有序地推进八钢生活区供水、供电、供热、供气 and 物业管理分离移交工作,实现工程质量、安全、工期、投资及社会稳定等控制目标,随1159将作为属地单位配合参与安装。

4、不管是日常维护维修,还是配合“三供一业”入户安装,都要开展层层监督、检查、评价机制,对各项服务工作做得有计划、有实施、有检查、有分析、有改进。

5、1159品牌的建立是打破了原水电给八钢老百姓产生的“电霸”“水霸”影响。要重新塑造“1159”的品牌,实现服务方针,让八钢百姓认可我们,从现在起,就要履行服务承诺、树立服务理念,全心全意为百姓做好服务。

要重新塑造“1159”的品牌,实现服务方针,让八钢百姓认可我们,从现在起,就要履行服务承诺、树立服务理念,全心全意为百姓做好服务。用户的支持是1159品牌提升的源动力!让用户满意!让员工满意!让企业满意!