

物业管理服务理念与企业服务关系营销模式探讨

胡榆生

(榆林职业技术学院 陕西榆林 719000)

【摘要】 物业企业为居民提供物业服务,但是当前的物业行业仍然处于传统经营模式,物业公司要逐步转变过去传统的思维,对现有的服务要做好创新。应用服务关系营销的方式,来为业主提供更优质高品质的服务,这样才能够逐步推动物业公司的转型发展,并创新物业服务的经营思想理念,逐步将企业内部的服务产品做大做强,这样企业才能够获得更好更多的发展机会。

【关键词】 物业管理服务;营销模式;研究与探讨

DOI: 10.18686/jyyxx.v3i3.41392

虽然物业一种新型的产业,而且该行业更多表现出来劳密集型特征,在市场运营中,物业公司并没有规范性的指引,各公司运营水平也差异较大。但是国内针对于物业行业却没有基本的标准,再加上一些运营机制缺失,就使得物业公司在服务时,出现了很多的问题。而给企业带来不良的影响。

1 物业企业的服务理念和内容

1.1 物业公司的服务理念

在国家层面,国内政府部门对于物业行业没有特别严格的规定,物业公司的服务类型种类繁多。但是,在物业公司都要将自己的服务理念定义为以人为本服务,都是要解决居民日常的需要,在对待业主,要更以亲和的态度、人性化的态度来服务业主。站在业主角度上去思考问题,对待业主能够亲力亲为,不会推诿责任,而且还要突出以解决业主的需要为主,并按照规定的程序来办理,不能够出现拖延,要提供更多的物业服务和更先进的物业服务理念,才能够把握好与业主交流尺度,进而去达到最好服务效果。在一个小区中,提供的人性化的物业服务更多,才能够获得业主的一致认可,这样会使物业公司实现稳健的发展。

1.2 物业服务的内容和技巧

(1) 做好公共型的服务物业公司给小区提供公共的服务,要以管家的思想理念来开展服务,在服务时,要尊重业主想法,能够站在业主的角度上管理小区,丰富公共服务内容,要做好管理费用控制。物业公司要对现有的管理费用要更加清晰明了,同时还要做到更加透明。在收支的管理费运用期间,应该科学合理地细致测算出预算之后,再来使用资金,使用资金期间要减少费用资金支出,才能够获得更好资金利用效果,另外还需要减少一些其他意外的收支,科学管控好公共场所的物品消耗。对建筑物的公共场所使用的空调照明,灯具,电器等要科学地安排维修,要保证设备功能能够正常的使用,而且要进一步实现建筑物电梯设备的节能目的,要做好房屋绿化保养维修,也要保护好业主的个人信息和档案资料,对于小区内部业主的信息,要实现分类管理,及时做好资料本身安全的防护和信息系统的管理。

(2) 做好个人的服务对业主服务时,要尊重客户,尊重业主,要以真诚的态度耐心去给业主提供服务,如果

是业主上门打电话要维修物品,这时物业人员要及时地响应业主的需要,做好设备的维护,规范自己的用语和行为,这样才能够给业主带来更高效的服务,更贴心的服务。

(3) 做好社区的服务物业公司除了解决日常的业主生活问题,以及公共设施设备维护,还要加强对活动服务管理,业主在满足基本的生活需求之后,也会对社区内的文化生活环境有更高的要求。其中,在小区内部休闲设施也属于娱乐活动一个重要工具,物业公司就可以在这些小区内与居民居委会进行协商合作,如果是一些办公大楼,这是物业公司就可以与其他公司来协作。物业公司与居委会或者业主增加沟通交流,能够在小区内部开展一些文化交流活动,总体来讲,对于业主和居委会要增强情感文化的沟通联系,组织各种类型的活动,并且也能够促使企业与物业公司的联系。

2 引入现代化的物业服务理念,促使物业公司现代化运营管理

2.1 做好服务需求的分析

物业公司在接受到委托服务时,还要认真审查业主的服务要求,认清业主最需要的服务内容,来制定服务策划。同时,物业公司还要了解整个小区内部的物业设施状况,物业服务人员的基本情况以及小区业主对于物业服务的需要,来收集相应的资料信息,这样才能够有针对性给业主提供服务^[1]。

2.2 以人为本,提供体贴服务

物业服务主体是人,要了解业务服务需求之后,不能够被动去策划服务事项,应该主动寻找业主服务的诉求,另外引入现代化的服务思想理念,要逐步推动服务的创新,能够主动提供服务,及优化服务的细节内容。对于业主对服务不太满意的地方,要与业主进行密切的沟通联系来消除摩擦,站在业主的角度上去考虑,来合理解决现有的矛盾冲突^[2]。

2.3 提供专业的物业服务

物业管理是一个系统而有琐碎的工作,需要通过对设施设备的运行监察,来保证设备使用规范,对于物业服务公司的人员来讲,要提供标准化服务,对物业服务人员的言行注重点关注。进一步加强对物业服务运营设施本身的维护和维修,都要具备各个专业领域的知识,对于服务来讲,除了提供一些日常服务之外,还要提供些公共服务、

社区性的文化服务,这样才能够使服务更加专业、更加实用。同时,从业人员还要拥有各方面的科学知识,人际交往、经济学的知识,这样才能够达到理想服务效果^[3]。

3 物业公司服务关系营销的概述

物业服务是看不见的,它主要是在特定的场合下符合生产及消费,同时,物业公司不能够依靠原有的管理方式来开展营销,要进一步拉近与客户之间的联系,并使客户也成为整个服务过程的重要参与者。客户会直接决定着服务的品质,因此要在企业的服务营销等多个基础上来进行科学的管控。服务业是无形存在的,它不像其他产品一样可以存储,那么就需要制定可行性的计划,这样也会对服务营销带来更大的效益。服务具有较强的可变性,在公司运营中,要有稳定服务品质,这样才能够实现对服务质量的把控。过去的营销理论认为营销活动对象是企业之外的顾客,当然很少有人会注意到,现内部员工也是当前公司的重要内部顾客,内部营销主要是企业以员工作为出发点,企业内部每名的成员都是物业服务的提供人员,要想能够满足外部客户的需求,就要由现有员工提高自己的服务态度、服务水平,这样才能够将公司内部运营问题迅速处理掉^[4]。

4 物业公司服务关系营销的创新研究

4.1 不断创新服务关系营销观念

物业公司从过去原有的运营方式挣脱出来,要转变为企业的运营形式,从管理学角度来讲,物业管理已经从过去原有的管理主体变为服务的主体,从企业的经营角度来讲,物业服务管理要从多个服务角度方式来开展,同时能够为业主提供更优质的服务内容,并获取更多的经济效益。物业公司提供的产品就是服务,当前要逐步推动公司的服务关系营销思想观念的创新优化,这样才可以进一步保持企业持续的发展,稳健的运营。

4.2 实现营销策略的创新

物业公司提供的服务大多都是无形的服务,物业公司要以业主为服务对象,获得更高的满意度,才能够逐步提高物业公司运营能力,进而去达成获利的目的,业主也要扮演一个参与的角色。在此期间在这个过程中,服务营销人员要与业主密切的沟通联系,这样才能够对于传统的服务营销有更大的促进,这些企业要结合顾客的需要以及满足社会期的发展要求,来不断创新物业服务产品内容,来助推物业公司可持续稳健发展。

(1) 服务营销的性价比在现代化运营中十分重要,物业公司为业主提供服务的最关键内容就是要满足物业上的需要,注重自身的经营利润和价值,要使提供的服务成本小于企业内部收益,才能够为公司带来更多盈利空间。进一步吸引业主对物业服务长期关注,为物业公司发

展奠定基础,此时,公司要通过提供超值服务,进一步的细化服务成本,这样才能够为业主提供更丰富的服务内容,从而提升业主的满意度。

(二)加强服务的交流业主期望的服务与物业公司提供的服务有一定的差距,所以的差异就是业主和物业公司站在的立场不同,如何进行这种关系协调好,最关键的方法就是要增强人员之间的沟通联系。让每个人心中都有自己的评价准则和标准,让企业带着更多的诚意去与业主进行沟通交流,就会找到业主服务的需求点。

(三)强化创新营销管理为公司的运营人员提供优质服务,要增强与业主之间的沟通联系,来了解深层次的服务需求,这样逐步开展服务关系营销,使服务更加可靠,更加具体,而且也能够让员工接受更好的服务培训,来提高服务的品质。要专注于培养企业的服务特色性,以及调整企业的特长。随着当前市场经济快速发展,社会企业之间竞争力的逐步加强,在当前社会上,只有物业公司不断的推陈出新,突破原有的制度,才能够在竞争中获得更好的竞争优势,在此期间其还需要将自己用特色打造高品质服务。在实际的服务营销中,发挥自己的所长,在此基础上,进一步将服务营销内容延展,能够找到与其他企业不同之处,这样才可以逐步培养企业最忠诚的客户,而且能够吸引更多潜在的客户,进而提高企业在市场中的竞争优势,提高企业的竞争价值。

发挥现代信息技术的优势,可以利用流行的通讯工具,这样会进一步提高企业客户服务的效率,而且能够显著地提高企业在市场中的竞争优势。利用高效的信息手段来及时地将信息传递出去,并且进一步保持与业主之间的联系,这样才能够为业主提供更便捷的服务内容。其次,还要重视物业服务的可视化系统的构建,并将服务关系的营销逐步通过这种互联网方式来拓展到各个领域,物业公司进一步开展互动式的交流。最后,还要建立呼叫中心,将信息技术作为基础,开展全新物业服务,这样才能够逐步将互联网与通信网络进一步整合,通过应用电话、电子邮件的方式来为客户提供高品质、优质的信息服务内容。

5 结语

综上所述,物业服务是一个复杂专业的工作,在小区内,提供基本的供水、供电、供暖服务,同时还要以居民为本作为服务思想理念的指引,提供更专业更系统的服务内容,并且能够轻松应对各类突发情况,满足业主生活需要和精神的需求,才可以实现物业公司的长效稳健的发展。

作者简介:胡榆生(1972—),男,陕西榆林人,硕士,高讲,研究方向:物业,后勤管理。

【参考文献】

- [1] 刘霞,高海军.浅谈企业市场营销理念创新[J].内蒙古煤炭经济,2019(6):83-85.
- [2] 姜娟.企业营销管理中客户关系的重要性探析[J].营销界,2019(34):65-66.
- [3] 申雪倩.企业经营理念在图书馆经营管理中的应用[J].港口经济,2019,(5):72-73.