

2023年红色物业提升服务方案 物业服务品质提升策划方案(精选5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

红色物业提升服务方案篇一

- 1、解决新员工多带来的服务品质延续问题；
- 2、在既有的服务水平基础上促进和提高；
- 3、争取业主更大的满意度和美誉度；
- 4、锻炼一批岗位骨干。

二、相关规定

- 1、本次活动时间为5月13日开始到6月30日结束。
- 2、本次活动是公司的重大工作，实行各部门主管责任制，即部门主管对活动效果总负责。
- 3、本次活动采取分阶段实施和考核的方式，各部门主管负责按具体安排发动、推进和自评，公司组织验收。
- 4、本次活动达不到标准的，对责任人按公司管理规定给予扣分、撤职处理。

三、分工与组织

- 1、总协调与考核：责任人李良丽，负责按照活动细则进度进行分阶段的安排与实施情况的监督检查与考评。
- 2、创新安全服务：责任人李贵周，负责按照细则安排的进度对安全形象与安全防范服务方面的工作进行布置、监督和自评。
- 3、创新保洁服务：责任人王信娥，负责按照细则安排的进度对小区保洁、消杀和家政服务方面的工作进行布置、监督和自评。
- 4、创新房管服务：责任人马平，负责按照细则安排的进度对房管、维修、设施保养服务方面的工作进行布置、监督和自评。
- 5、创新crm服务：责任人王芳，负责按照细则安排的进度对客户关系管理和增值服务方面的工作进行布置、监督和自评。

四、活动具体安排表(略)

小区物业服务品质提升方案4

为进一步提高驻区各物业管理单位全体服务程度,保证房屋区物业的合理运用,维护房屋区公共次序,创造优越的生活情况,依据国务院《物业管理条例》和《市物业管理工作职责分工意见》等相关规则,结合新区的实践状况,制订本方法。

一、组织指导

成立以新区工委副书记为组长,区经贸局负责报酬副组长,区城管局社发局公安分局消防大队质监分局行政法律分局各街办管理处负责报酬成员的`新区物业服务企业考评指导小组。

领导小组下设办公室，办公室设在新区经贸局，负责对驻区各物业服务企业的监视检查和总体审核工作。各相关部分单位要指定专人参加考评工作。

各街办管理处响应成立物业服务企业日常考评领导小组，小组成员由各街办管理处财产办以及各相关单位负责人等构成，详细负责对辖区内物业服务企业的日常监视考评工作。

二、审核内容与职责分工

辖区内物业服务企业日常监视审核的根本内容：

责任单位：区经贸局

责任单位：区消防大队质监分局行政法律分局城管局

责任单位：区公安分局

责任单位：区城管局社发局

责任单位：区城管局

6服务结果评价。

责任单位：街道(管理处)和社区居委会地点公安派出所业主委员会

三、审核办法

对驻区各物业服务企业审核设定总分为100分，个中：日常检查考评占60%，年关审核占40%。

日常考评，是指由各街办管理处组织，由各相关单位共同，每季度对响应辖区内一切物业服务企业进行实地检查并评分。日常考评规范根据是《市物业服务企业日常审核评分规范》。

各街办管理处财产办每季度对辖区内物业服务企业的日常考评后果按得分凹凸依序排名，辨别于4月初7月初10月初前报送新区房产管理办公室。

四、审核分数的核算

物业服务企业全年综合考评分数=日常检查考评得分60%+年关审核得分40%。

五、审核后果的运用

1对驻区各物业服务企业的日常检查考评，报市房管局在“房地产网”上发布，并记入企业信誉档案。

2对全年综合审核在前10名的企业，将作为全市最佳物业管理单位向市房管局引荐。

3对全年综合审核后3名且考评分低于60分的评为不及格企业，将传递批判并限日整改。对整改不力的，将向市房管局要求赐与降低天资品级或撤消天资证书等处分。审核后果为不及格企业的状况，还将书面传递物业服务单位的公司负责人。

六、审核规律

考评人员和被考评对象必需脚踏实地，不得故弄玄虚，禁绝借审核之权略取私利，禁绝搞不合法组织活动，搅扰或阻碍考评工作。对在考评中违背有关规则的，视其情节轻重和形成的结果，将赐与严厉处置。

红色物业提升服务方案篇二

安全方面

重点加强安全团队内部管理，提升客户直观感受

- 1、客户出入较集中的时段，将巡逻岗临时固定在明显位置，随时为客户提供便捷服务；
- 2、增强岗位的主动性，对认识的客户主动打招呼，面生的礼貌询问、身份核实；
- 3、每周末下午客户集中时段，进行安全军事训练，提高客户对安全的直观感受；
- 4、制作宣传画，在出入口摆放，引导住户进出小区时自觉刷卡，加强人员管控；
- 5、定期上门统计出租户信息，消除安全隐患；
- 6、定期开展安全日等活动，通过安全宣传展板或dv播放进行宣传引导；
- 7、编制岗位傻瓜式操作指引，强化新职员对岗位快速适应；
- 8、对小区洋房地下车库梯间加装摄像头，保障人员出入受控；
- 9、片区管家定期到安全班组开座谈会，与一线安全员分析案例，提升一线人员的服务意识。

公共设施维护

重点提升公共设施完好性和维修及时性

- 3、公共设施维护责任到人，建立日常巡查和维护机制；
- 5、对小区内实施的各项公共设施维护改造，都及时通过公示栏知会客户；

环境卫生

重点关注小区主干道、出入口和客户感受较明显的部位

2、标准化外包单位现场作业流程和礼节礼仪，制定统一的培训课件；

5、制定客户触点区域、时间段的环境卫生管理办法，让客户感觉干净整洁的居住环境；

7、全员片区化管理，划分责任区域，避免死角存在；

绿化养护

重点提升客户观感

3、开拓思维，外出学习，在小区内做一些标志性的植物造型；

4、对路面左右草坪进行砍边、切边修饰；针对季节制定绿化养护计划，并落实到位；

5、加强专业技能培训，掌握小区内植物的生长属性与养护要求，做好病虫害预防工作；

6、每年制定乔木修剪计划，避免乔木过于茂盛而影响业主的日常生活；

7、为客户免费提供绿化养护知识的咨询，并对有需求的客户家中枯萎的花草进行施肥养护指导。

交通秩序

重点加强对乱停放车辆管理

2、针对阳光新邸或大的区域进行人流分离管理，可加开原有

消防通道；

7、收集社区周边汽车维修服务单位紧急联系电话，采购简易更换汽车轮胎工具并根据需要协助更换汽车轮胎。

家庭维修

重点关注维修的及时性、收费合理性及返修率

5、每季度组织家政维修人员经验分享会，分享家政服务创新办法、家政维修小窍门等；

6、设置家政维修实操基地，强化技术人员专业技能提升；

7、研究家政维修量化考核制度，激励技术人员工作主动性；

8、家政维修人员根据社区客户家政维修的需求和家政量实行弹性工作制；

10、在维修任务完成后，主动咨询业主是否还有其他需求；

11、将社区周围家电维修服务电话制成小卡片，送给客户；免费给客户id提供清洗空调过滤网，教客户节电小窍门等服务。

客户服务

新业主，留下美好的第一印象. 1、销售现场场强化客户对物业感受，如雅居乐物业小故事、雅居乐物业dv的宣传。

2、销售现场场物业服务人员配置专业素养高的人员，使顾客感受到安心、贴心的服务，同时加强案场服务人员培训资源的投入。

3、在业主的入伙现场dv播放物业人员开荒时的场面，评估多

家装修单位，供客户选择，以此感动客户。

4、入伙手续办理前后，客服人员发短信给客户，感谢并欢迎业主成为雅居乐业主，并告知其物业助理的手机号，方便后期服务。

7、将每月的管理费帐单及时通过电子邮件、短信或传真的方式发送给客户；

8、在节假日发短信祝福客户，举行大型社区文化活动时发短信通知客户；

9、保修期满前一个月，统一发短信提醒客户；

13、根据客户爱好不同，在举行社区文化活动时，主动通知客户参加；

17、每月进行‘经理接待日’活动有针对性的解决问题；

20、创办社区刊物，通过报刊搭建物业与业主的沟通平台；

24、每季度分片区举行客服人员恳谈会，交流经验，探讨疑难问题的解决办法；

25、定期开展客服人员内部换岗位体验及外部交流学习；

27、每月部门例会中，进行投诉总结分析，做好投诉预警；

28、每周召开部门例会时，将未及时完成的投诉分析原因，确定解决办法；

29、严格前台及监控中心客户报事登记工作，做到事事有登记、有处理、有跟进、有结果、有回访。

物业增值服务

重点让业户充分感受我司服务

- 1、针对原有配套设施的基础上，根据不同区域，配置相应设施，给予业户方便与惊喜。
- 2、针对不同客户的兴趣爱好开展，不同的活动。
- 3、建立业户生日资料，组织开展业户生日晚会。
- 4、联合地产或集团公司有效资源，组织开展相应的活动。

红色物业提升服务方案篇三

一、目的

通过收集、分析业主意见和建议、不断改进服务，提高服务质量，提升业主满意度。

二、范围

适用于公司在管各项目、各区域服务工作中对业主意见和反馈信息的收集，整理和处理。

三、前期准备工作

1、成立对客服务满意度调查工作小组：

组长：

执行副组长：

组员：项目管理中心工作人员和各项目、区域负责人（在实施调查前确定具体名单）

2、制作调查人员工作牌；

3、由公司统一制作“业主满意度调查表”并在每份空白表上加盖公司印章；

4、各项目安排“业主满意度调查”负责人的’人选并报项目管理中心；

5、草拟“业主满意度调查”工作公告,按项目需要份数复印好。（加盖公司印章）

四、程序及时间安排

6、各项目、区域安排指定人员20xx年11月22日至20xx年11月30日向业主发放“业主满意度调查表”并回收；并对当日问题进行统计汇总后填写在《问题整改记录表上》。

11、物业管理部于20xx年12月21日至20xx年12月25日主导整改项的验收及年度业主满意度评估报告，完成报告报批。

五、调查方法

1、按项目业主入住户数60%发放调查表（备注：如业主入住户数不到200户，按100%发放）。

2、上门调查、利用前台办理事务调查、单元门口调查等多种方式进行。

六、要求

1、各项目、区域负责人为本次业主满意度调查工作第一责任人；

3、表格内容必须真实可靠；不得弄虚作假；

4、调查表回收率需达到发放表数的90%以上。

红色物业提升服务方案篇四

一、服务标准的定位及介入点。

1、站在前沿制定切实可行的高标准。

2、重构服务规范

服务标准有了定位。相应的服务规范也必须与之相匹配，高标准的服务，高标准的员工也就必须是高标准的服务规范。规范不是强硬的制度。也不是画地为牢的枷锁。规范是标准与准行业的约定。有了规范就有了依托。3研究项目特点 服务标准的定位，服务规范的重构必须合乎项目特点。建筑风格符合客户的需求社会文化内涵的发展趋势。存在的遗留问题解决的渠道与办法。员工的架构模式职能部门的协调，软硬件的现状等。

4、计划站在未来看现在

计划确实跟不上变化，所以计划的前瞻性十分重要。以未来的高度看待现实存在的问题，远大而不空旷。目标有了取向一切问题就有了切入点。

5注重控制与结果

再好的理念你不去执行也只能是一句空话。而执行的结果是什么，又必须监督控制。企业的好坏最终还是归结于经济效益、社会价值效益。

盈利创收不是 $1+1=?$ 的简单问题公式。做大做强企业要有长远的构想与机制。打破固有的行为习惯，思维方式，创造性的发挥自己的经营空间。

二、物业组织架构模式

1、架构金字塔服务梯形结构新构思

金字塔塔尖放在那里，整个工程部组织结构我们认为就是一个服务体系。经理服务主管，主管服务领班，领班服务于员工，员工服务于客户。逐级管理逐级责任制，一级管理一级、每级都有职有权，在整个组织架构中基层员工要放在首要位置。他们才是金字塔塔尖。这样有利于激励员工追求进步，自我提升、完善。有利于培养人才，发现人才。在物业管理中注重的是效益是结果。服务梯形结构是服务观点的转变、规范、责任、控制、落实贯穿于整个服务环节中。

2、制度的完善，用人机制的规范

用人机制的规范，制度的完善来之于新思维、新观念。物业管理是一项以服务为本质，以管理体现服务的工作。物业公司以经营为手段，以为客户提供优质的服务为宗旨，以经济效益、社会效益的综合统一为公司的经营目标。规范是企业发展的需要，制度是行为规程。吸收什么样的员工，架构什么样的组织形式。现有员工的整体素质能否适应服务客户的新趋势。领班、主管的录用，是聘任还是从基层员工中晋升。各自的职责是什么。各自的录用条件、前提又是什么？因此必须进一步完善制度、规范用人机制。

3、员工晋升与激励机制的重构

奖优淘汰末位制。优秀的员工就应该给予更多的激励与关怀。比如：培训的机会、岗位调整的机会，奖金、荣誉证书。工资档次调高一档。抓典型，有效的激发团队精神的凝聚力。

4、原则与责任

制定再好的服务标准，行为规范，操作规范制度，还必须要执行。执行中坚持原则，凝聚责任。形成一个部门的长效机制。工程部现有的人员架构素质修养、技术技能在许多地方

都存在着原则与责任的问题。坚持原则的时候不坚持，做事流于形式缺乏责任感。

5、薪资与服务标准，技术技能、素质修养挂钩

薪资与服务标准、技术技能、素质修养应该是成正比的。薪资提高了，聘任的员工就有了保障。服务水平、技术技能、素质修养自然也就上了一个台阶。工程部现在的情况是一刀切，薪资没有档次。服务水平、技术技能、素质修养高的员工拿不到相当的薪资。他们的工作激情、原则、责任也就会随波逐流，相对较差的员工更差，所以员工的晋升，薪资的分档设置势在必行。

三、物业的前期介入

1、参与规划重视前瞻性、科学性、实用性。

物业企业对物业的前期介入越早，对日后管理水平越有促进。参与规划重视前瞻性、科学性、实用性，能使物业管理企业增效增值。能使客户的投资在日后有相应的回报。前瞻性、科学性、实用性从物业管理使用的角度考查论证建筑结构。设备设施分布区布置绿化小品等的合理性。提出建议、整改方案。跟进落实情况以免日后接管出现差错。提高物业品质。如果工程已经竣工、设备已经安装，在发现问题也已无法改变。因此工程施工阶段提早介入是完全有必要的。对物业的结构、防水层、隐蔽工程、钢管以及管线材料是否具有耐久性、耐腐蚀以及按挤压应力等，进行过程控制和验收控制的监管检查。我们现在的情况是所有的档案材料很不健全。比如园区的综合布线图：给排水、雨水、强弱电系统等管线的走向、重要的闸阀和检查口的重要位置。绿化、小品景观的水电管线布局分布。一些设备设施的供货商联系方式，产品设计说明书、操作规程质保期限与约定的书面协议。竣工验收和接管验收是两种不同概念的验收。竣工验收是政府行为、接管验收是企业行为。物业接管就等于责任的一种转移。因

此接管验收可谓责任重大。

2、客户收楼与入住全方位提供管理服务新理念

在物业介入时就应该对每个单元的问题汇总整理存档备案。客户收楼时提出的意见也应该详细记录存档。这样就形成了一个具体单元的房屋病例。对日后装修管理、维修运行都有一个参考改进的价值。二装是客户认识了解物业公司的形象窗口，二装员工的品行，技能直接影响着公司的整体形象。认为二装员工就是巡视检查、监督管理是完全错误的观念。他们熟悉掌握的情况汇总起来对整个运营管理都是一个强有力的保障。客户的需求是多方面的。有许多地方是无从预测的。所以我们必须要求我们的员工知识面广、服务水平、技术技能都要尽可能的合乎客户的需求、满足客户的需求。全方位的拓宽自己的才干，迎合客户花钱买方便的消费观念。客户收楼以及装修、入住实行一站式、全方位的服务。满足客户、壮大自己、资源共享、互利双赢。

四、软件与硬件有机结合

1、硬件是平台，软件是“灵魂”。

园区的硬件设施陈旧，已经很难适应客户的消费需求。在现有的平台上，我们怎么做，能否从软件上弥补硬件设施的不足呢？强化服务，优化组合员工结构、制度完善、规范操作。软件是“灵魂”，灵魂有了灵性，有了可操作性，硬件就能发挥他的潜能了。

2、提升硬件设施、改良软件支撑

硬件与软件相辅相成，怎么运作它才能达到最佳的状态，结合点在哪里？硬件、软件都是可以改造改良的。想解决就能有办法解决。问题在于解决的方案时间。上级领导的认同肯定。

五、设备设施的运作模式

1、从节能降耗的角度、服务标准的角度重构设备设施的运行一切的经营活 动，政策法规最终都是为了增效增值。节能而不降耗仍然不能增效。节能控制有指标，维修控制有计划，通过以往的客观情况推断制定一个合理的比率。节能是多方面的，精简一些确实差劲的员工，提升培训员工的综合技能，推广新型的节能产品，选聘专业技能公司。强化服务意识，提升服务标准，防止材料积压浪费重构设备设施维修运作模式，只要能够盈利增值无论采用什么方式办法都应该是可行的。

2、要质的转变不要量的堆积。

员工宁精勿滥。选聘员工进行培训上岗，认真考核、杜绝公私不分的现象。不符合要求坚决不予录用。只有切实坚持原则。吸收优良的人力资源。组织机构才能合情合理。工程部现有的组织结构很大程度上有量的堆积。配置也许是合乎比例的，但并没有发挥到应有的作用。

3、学会借力壮大自己

“力”力度、品质、专业。借力也就是通过一些合法的经营模式，聘任一些专业的高质量的公司维修管理设备设施。参与管理的同时，也就增强了自己员工的技术才能。这就是榜样的力量。但是聘任的费用应该是合理的，前提的原则是双赢互利的，符合物业管理条例。

六、维修运行管理

1、重塑“榜样”锻造团队精神。

公司的综合素质的提高也需要员工来体现，员工能力的高低也就直接影响到公司的整体能力和团队精神的建设。树

立“榜样”为员工能力的提高树立目标，让员工时时刻刻不断鞭策自己，在员工自身技术技能、素质修养不断提升的同时提高公司的服务标准。让每个员工都抱着一个共同的目的——公司利益，至高无上，在公司发展的同时，实现的自身价值。

2、建立培训计划

维修运行的管理是工程部的重要职责，如何确保自己的职责有效贯彻执行。必须建立一套完整的切实可行的制度，规范与计划。计划是手段，规范是控制，制度是约定。有计划才能有章可循，一切才能有条有理。找出普遍存在的环节，研究突破的接入点，然后有针对性的确实培训的课题、顺序。培训设置应该成为一个长期坚持的工作。没有学习就没有进步。工程部现有问题就是缺乏计划。年计划、月计划、日计划。公司检查匆忙应付，临阵磨枪。

3、效益、效率、价值观

效益从哪里来，从效率中来，从价值观中来。效率不是你处理问题时间的长短。而是你处理问题的时效。比如为客户维修疏通下水，你确实用了极短的时间达到了通的效果与目的，然而，经过了一天或者一个礼拜同样的问题又出来了。反复的报修，引发客户反感、而且人力、物力重复投入。这就是浪费。效率又能从何谈起？一个员工的价值取决于他对处理问题的责任心、服务意识、技术技能的综合素质。优秀的员工返修率低。客户满意度高。相对来说他的薪资高，公司得到的回报更多。效率是看得见的效益，价值观是效能更是规范的导向器。品质、专业是维修运行的关键。如果我们的员工都是高品质、专业强的技术能手。我们所面对的客户会是怎样的反应。这难道不是一种效益吗？把一些技术含量高的设备设施托付给专业的公司去做，不也是一种增效的手段吗？在风险转移的同时得到更多的实惠。篇二：

1、深化“样板间”的全面复制、推广落地，实现区域无管理盲区。1.1组织服务中心管理团队（各部门主管以上职员），对各楼栋，从楼顶天台沿消防通道一直检查到地下室，从园区、车库、机房、地下空间以及办公区、职员宿舍等一直检查到每一个角落，深入挖掘管理中的不足之处，及时发现管理盲区。

1.2在现场检查中，专人对现场问题进行拍照记录，服务中心管理团队现场办公将各项问题明确落实到部门（落实到具体的执行人），明确具体的完成时间节点（开始时间、完成时间）。

1.3由信息运营部统一将现场存在的问题形成《服务品质提升专项工作表》，统一在公司aph建立专项工作任务表；每天专人跟踪整改销项进度。1.4由服务中心总经理或副总经理亲自主导，协调推动落实各项整改。每天一跟踪，每周一，每月一考评。

2、在园区倡导全体职员“做一个捡烟头的人”。

2.1推行“人人都是保洁员、人人都是秩序维护员、人人都是管理员”，我爱我家行动从我做起的百日评比活动。

2.2强调所有物业服务人员以身作则，以榜样带动行动；做到园区环境是人过地清，人走灯灭，从我做起，“做一个捡烟头的人”。2.3在物业服务中心会议室墙面，设置一个好人好事光荣榜，每周收集各部门好人好事，并予以公示；同时在每月服务中心运营例会、各部门例会中予以通报学习。

2.4由信息运营部申购一批笑脸牌，对每月一次由各部门评选的优秀职员，由服务中心总经理亲自颁发笑脸牌，针对表现突出的职员给予总经理基金现金奖励。对连续三个月均表现突出的职员给予“优秀职员”荣誉并颁发证书。

2.5每月优秀职员的评选，由信息运营部主持，由各部门职员无记名投票产生（由本部门职员、关联部门职员参加），让人人争当活雷锋。

3、在社区创建“社区简报”和“爱我家园行动组织”。3.1利用社区简报，积极主动宣传物业管理工作和法律法规，解答业主疑难和疑问；避免双方因为沟通不及时造成矛盾冲突。3.2充分联动第一教育，建立幼儿、学生德育教育基地。将社区孩子纳入爱我家园行中来，创建“爱我家园行动组织”。抓住孩子的心就抓住了一个家庭，所以，充分调动孩子们的热情与能动力推动和谐社区的建设。

3.3积极帮助筹建社区老年大学，在实现助老爱老的同时，充分整合社区老人的社会资源为我所用。

3.4由服务中心信息运营部安排专人（或招聘专人），负责专门组织策划社区文化活动，以拉近业户与物业公司之间的关系。

4、开展“我与业主交朋友”活动。

以上各项举措，仅供各位参考、延展、推广。篇三：为使美洲故事的物业服务品质在原有的基础上进一步提升，有力促进美洲故事的房屋销售，并实现物业服务品质的持续改进特制订如下品质提升措施：

一、给客户到区域看房是一种享受的感受：

洁净的地面，花园式的外围环境，整洁舒适、物品摆放整齐，一尘不染，窗明几净的室内环境，会使客户身心愉悦，心情放松，给客户造成一种休闲度假的感觉；服务人员健美的体态，优雅的动作，标准的站姿、指挥动作，标准化的服务，温馨的问侯、提示，可使客户感受到美洲故事管理的严谨及人性化。在现有服务标准的情况下，强调改进如下事项：

1. 形象岗车辆指挥动作增加头部动作，头随手臂指引方向转动，头部转动与手臂指引同步。强调动作的力度，指挥动作一定做到干净有力、一气呵成。重点突出年轻人的朝气，男性的阳刚之美。2. 车场岗站姿采用双手交叉站立。双手背后跨立式站姿主要体现威严，属警戒站姿。双手交叉站姿属服务性站姿，使服务人员时刻处于一种位客人服务的状态，增加亲和力拉近与客人的距离。3. 车场岗指引车辆入位，拉车门突出体现跑动时服务以体现服务的及时性。4. 保洁服务在现有基础上，强调随时、及时，在保证车场、售楼处内部、金色池塘广场、绿化带卫生标准的同时对客户参观路线及时保洁。

5. 为保障人员安全，避免工地大量泥土带入售楼处，同时也为了售楼处环境的美观，在雨雪天气时保洁在客户参观路线设立安全提示牌、木桥两侧铺设地垫。

6. 客户人员提供全程引导服务，现客服人员站位为大门一人，接待区玻璃门一人，改变为两人全部在大门站位，客人进入时一人引导客人到接待区提供相应服务，有营销人员接待客人后，到接待区玻璃门站位，送客人到样板房参观后回大门站位。

二、从客户需求出发，凸显客户尊贵：

现在来参观的客人将来就有可能成为美洲故事的业主。客户需求的我们提前想到、做到，客户未想到的我们提前为客户想到。

1. 在雨天为客户撑伞服务同时在烈日天气为老人、女士、小孩提供撑伞服务。

2. 遇老人、孕妇及时搀扶。

3. 遇抱小孩、提物客户及时帮客户提拿物品。4. 关注客户需

要何种饮品的同时关注客户的就坐位置，老人、孕妇、小孩不要引导到空调风口下就坐。

5. 遇身材高大、体胖客户就坐及时为客户调整座椅位置。6. 客户携小孩、老人看房时由于注意力集中在房屋上，会忽视对孩子、老人的照顾，这时就要时刻关注孩子、老人的安全，及时提醒客户关照他（她）们。

7. 卫生间马桶隔断内增设烟灰缸。8. 雨天卫生间台面增设擦鞋布、鞋刷。

三、增加物业服务附加值，有力促进美洲故事房屋销售 购买别墅的客户，尽为成功人士，他（她）们在关注房屋质量、品质、居住环境的同时对入住后提供何种品质的物业服务也十分关注。高品质，优质的物业服务可使客户感受到开发商对业主需求的关注，入住后可享受到的服务，增强购买信心。增加物业服务附加值会对房屋销售起到促进作用：

1. 让所有人员熟悉美洲故事项目、样板房解说词。2. 客服、礼仪接待人员理解美洲故事设计风格、理念。3. 客服、礼仪接待人员理解美洲故事不同风格别墅的特点。4. 定期请营销人员培训解说内容及技巧。5. 定期对美洲故事项目、样板房解说词进行考核。6. 及时了解客户需求、意见，汇总后反馈相关部门。7. 对客户需了解的共性问题汇总，制定答客问。

8. 营销人员下班后经常有少量客户参观，为方便客户，促进销售，将销售资料提前装袋，给客户介绍完后提供一套美洲故事销售资料。9. 由物业后勤部牵头，定期了解营销需求，及时改进物业服务品质。

10. 对日常检查过程中发现的影响售楼处整体品质的问题汇总上报，同时提交改进意见。

3. 将初验发现问题及整改意见汇总上报。4. 对各类标示的样

式、内容、颜色提交相关意见。5. 对影响使用功能的问题汇总，同时将改进意见上报。

五、从客户感受出发、强调细节、严把品质控制关：

物业服务是一项繁琐、细致的工作，对细节的把控非常严格。一个松散的站姿、面

无笑容的表情，一句生硬的问候，地面的一口痰迹，一条泥泞的小路，物品码放位置的不当等，都会映在客户的脑海中，给客户留下不好的记忆。为确保服务品质，就要时刻关注服务细节，严把品质控制关。

1. 让工作记录、检查表格起到应有作用。将工作内容、标准，检查内容、标准在表格上完整体现，每日发生的问题在记录上真实体现。2. 每日上班前将前一日记录表格上交主管领导审阅。3. 周、月、总结，采购计划准时提交。4. 行政人事对工作计划完成情况，采购物品合理性进行实时监控。5. 加强日常检查，换位思考，以客户的眼光来巡视检查，看到服务不到位、目视范围内卫生不到位等情况及时整改。自己看着都不舒服的地方客户一定不会满意，要做到展现给客户的一定是最好的。6. 对发生的问题相关部门一定要分析原因，提出整改措施，行政监督检查整改落实情况。

7. 时刻关注客户投诉问题，客户的投诉第一时间将处理意见、措施反馈给客户，落实后通知客户，请客户监督检查，直至客户满意。

六、加强沟通、稳定队伍、工作顺利开展；

和谐、稳定的团队，愉快的工作氛围，沟通是必不可少的。通过沟通可使部门、同事之间相互理解；通过沟通可使对方了解对方的工作方式、思想、理念，所做工做要达到的目的及实施的办法；通过沟通可化解矛盾，统一思想。一致的目

标，统一的思想有利于工作的顺利开展。

1. 定期组织员工谈心会，了解员工思想动态。有必要可请开发商相关人员参加。
2. 利用工作闲暇时间与员工聊天，避免说教，了解员工心声。
3. 对员工提出问题、要求合理的及时解决，不合理的讲明道理及时回复。
4. 呈文前与相关负责人沟通呈文内容，思想一致后行文上报。
5. 工作问题，工作中所需技术支持及时与相关负责人沟通。
6. 丰富员工文化生活（拔河、棋牌比赛、跳舞、自助郊游等）。

红色物业提升服务方案篇五

美洲故事物业服务品质提升方案

为使美洲故事的物业服务品质在原有的基础上进一步提升，有力促进美洲故事的房屋销售，并实现物业服务品质的持续改进特制订如下品质提升措施：

一、给客户到美洲故事看房是一种享受的感受：

性的阳刚之美。

2. 车场岗站姿采用双手交叉站立。双手背后跨立式站姿主要体现威严，属警戒站姿。双手交叉站姿属服务性站姿，使服务人员时刻处于一种位客人服务的状态，增加亲和力拉近与客人的距离。

3. 车场岗指引车辆入位，拉车门突出体现跑动时服务以体现服务的及时性。

4. 保洁服务在现有基础上，强调随时、及时，在保证车场、售楼处内部、金色池塘广场、绿化带卫生标准的同时对客户参观路线及时保洁（通工地、样板房甬路、木桥）。

5. 为保障人员安全，避免工地大量泥土带入售楼处，同时也为了售楼处环境的美观，在雨雪天气时保洁在客户参观路线设立安全提示牌、木桥两侧铺设地垫。

6. 客户人员提供全程引导服务，现客服人员站位为大门一人，接待区玻璃门一人，改变为两人全部在大门站位，客人进入时一人引导客人到接待区提供相应服务，有营销人员接待客人后，到接待区玻璃门站位，送客人到样板房参观后回大门站位。

二、从客户需求出发，凸显客户尊贵：现在来参观的客人将来就有可能成为美洲故事的业主。客户需求的我们提前想到、做到，客户未想到的我们提前为客户想到。1. 在雨天为客户撑伞服务同时在烈日天气为老人、女士、小孩提供撑伞服务。2. 遇老人、孕妇及时搀扶。3. 遇抱小孩、提物客户及时帮客户提拿物品。4. 关注客户需要何种饮品的同时关注客户的就坐位置，老人、孕妇、小孩不要引导到空调风口下就坐。

5. 遇身材高大、体胖客户就坐及时为客户调整座椅位置。

6. 客户携小孩、老人看房时由于注意力集中在房屋上，会忽视对孩子、老人的照顾，这时就要时刻关注孩子、老人的安全，及时提醒客户关照他（她）们。

7. 卫生间马桶隔断内增设烟灰缸。

8. 雨天卫生间台面增设擦鞋布、鞋刷。

三、增加物业服务附加值，有力促进美洲故事房屋销售

购买别墅的客户，尽为成功人士，他（她）们在关注房屋质量、品质、居住环境的

同时对入住后提供何种品质的物业服务也十分关注。高品质，优质的物业服务可使客户感受到开发商对业主需求的关注，入住后可享受到的服务，增强购买信心。增加物业服务附加值会对房屋销售起到促进作用：

1. 让所有人员熟悉美洲故事项目、样板房解说词。
2. 客服、礼仪接待人员理解美洲故事设计风格、理念。
3. 客服、礼仪接待人员理解美洲故事不同风格别墅的特点。
4. 定期请营销人员培训解说内容及技巧。5. 定期对美洲故事项目、样板房解说词进行考核。
6. 及时了解客户需求、意见，汇总后反馈相关部门。
7. 对客户需了解的共性问题汇总，制定答客问。
8. 营销人员下班后经常有少量客户参观，为方便客户，促进销售，将销售资料提前装袋，给客户介绍完后提供一套美洲故事销售资料。9. 由物业后勤部牵头，定期了解营销需求，及时改进物业服务品质。
10. 对日常检查过程中发现的影响售楼处整体品质的问题汇总上报，同时提交改进意见。

四、加强前期介入，向客户展现一个人性化、高品质的美洲故事

物业服务作为一项专业性的服务，在长期的服务过程中对设备的选型、客户的需求、交付使用物业使用功能的不足，易出现的问题都积累了一定的经验。在客户问题处理、工程、

安全、保洁等方面都有相关专业人员。为减少物业交付使用后的维修整改量，交付使用物业的公共设施能够基本全面达到业主生活、安全、休闲要求，物业服务的前期介入在房屋的销售、业主的入住过程中不可或缺。1. 加强施工过程中施工质量的监控。

2. 对施工完毕工程质量、设施设备、电路、管线进行初验。

3. 将初验发现问题及整改意见汇总上报。4. 对各类标示的样式、内容、颜色提交相关意见。

5. 对影响使用功能的问题汇总，同时将改进意见上报。

五、从客户感受出发、强调细节、严把品质控制关：

物业服务是一项繁琐、细致的工作，对细节的把控非常严格。一个松散的站姿、面

无笑容的表情，一句生硬的问候，地面的一口痰迹，一条泥泞的小路，物品码放位置的不当等，都会映在客户的脑海中，给客户留下不好的记忆。为确保服务品质，就要时刻关注服务细节，严把品质控制关。

1. 让工作记录、检查表格起到应有作用。将工作内容、标准，检查内容、标准在表格上完整体现，每日发生的问题在记录上真实体现。2. 每日上班前将前一日记录表格上交主管领导审阅。

3. 周、月工作计划、总结，采购计划准时提交。

4. 行政人事对工作计划完成情况，采购物品合理性进行实时监控。

5. 加强日常检查，换位思考，以客户的眼光来巡视检查，看

到服务不到位、目视范围内卫

生不到位等情况及时整改。自己看着都不舒服的地方客户一定不会满意，要做到展现给客户的一定是最好的。

6. 对发生的问题相关部门一定要分析原因，提出整改措施，行政监督检查整改落实情况。7. 时刻关注客户投诉问题，客户的投诉第一时间将处理意见、措施反馈给客户，落实后通知客户，请客户监督检查，直至客户满意。

六、加强沟通、稳定队伍、工作顺利开展； 和谐、稳定的团队，愉快的工作氛围，沟通是必不可少的。通过沟通可使部门、同事之间相互理解；通过沟通可使对方了解对方的工作方式、思想、理念，所做工做要达到的目的及实施的办法；通过沟通可化解矛盾，统一思想。一致的目标，统一的思想有利于工作的顺利开展。

1. 定期组织员工谈心会，了解员工思想动态。有必要可请开发商相关人员参加。2. 利用工作闲暇时间与员工聊天，避免说教，了解员工心声。

3. 对员工提出问题、要求合理的及时解决，不合理的讲明道理及时回复。

4. 呈文前与相关负责人沟通呈文内容，思想一致后行文上报。

5. 工作问题，工作中所需技术支持及时与相关负责人沟通。

6. 丰富员工文化生活（拔河、棋牌比赛、跳舞、自助郊游等）。