“业”有所精，“物”有所值

◎物业公司/王娜

随着“房子回归居住属性”成为社会共识，与居住体验、生活品质密切相关的物业服务重要性凸显，在居民对居住的总体感受、评价中也扮演着越来越重要的角色，对于许多人来说，想让其觉得房产“物有所值”，物业服务就需“业有所精”。

另一方面，疫情防控常态化下，物业在城市管理、运行中的基础作用也愈发受到重视，2022年在部分遭遇疫情突袭的地区，物业能否发挥积极作用，维护好秩序、提供好服务，变成了业户评价一个小区的重要因素，社交媒体上也不乏“以后买房一定先看好物业”的感慨。当然，高关注度也带来了高标准的要求。

2022年，德威物业以品质提升为契机和出发点，细致打磨每一个服务场景，持续投入到配套基础和服务标准的提升中，凭借行稳致远的方针指引，以品质赢得行业赞誉。

打磨场景一：安全秩序服务

为进一步体现人文化服务理念，德威物业各服务中心在业户出入较集中的时段，将巡逻岗固定在明显的位置，不仅能够随时为业主提供便捷服务，还能增强岗位的主动性，对认识的业户主动打招呼，对面生的业户进行礼貌询问和核实身份。

同时，每周定时进行安全军事操练，开展安全日等活动，通过安全宣传展板等形式进行宣传引导，提高业户对德威物业安全管理的直观感受，提升居住安全感氛围。

同时，各物业服务中心在高峰期会安排专人引导业户进出与车辆停放，减少等待拥堵时间，及时处理冲突，岗位间形成互动，保障引导、停放均有人员跟进，缩短业户寻找车位的时间，规范车辆停放。对于违规停放专用车位、或忘记关车窗车灯，均安排人员及时在业户群或电话通知到业户，进一步体现人文化服务优势。

打磨场景二：保洁环境服务

德威物业拥有一套完整的标准化外包单位现场作业流程和礼节礼仪，协同保洁单位针对各小区个性化差异，量身定做适合本小区的管理方案，包括人员招聘标准、培训、作业流程和考核办法等。同时制定业户触点区域和时间段的环境卫生管理措施，定期调整清洁作业顺序，增强可视化作业管理，使业户每日上下班期间经过触点区域时，便能更直观了解到园区保洁工作情况，提升安心居住系数。

全体职员更是做到了人过地净，全员划分责任区域，避免卫生死角存在。同时，各物业服务中心除日常监管外，每月都会落实和外包单位管理人员召开工作会议，针对本月环境工作中出现的问题、客户投诉等确定整改措施，共同制定下月工作重点。

打磨场景三：设施设备维修服务

为重点关注各物业服务中心设备设施维修的及时性、返修率和业户满意度，德威物业制定落实客户投诉、工程维修回访制度，发现问题及时改进，并及时将回访情况汇总发送给相关责任人。同时，将工程维修服务流程标准化，从接单到准备物资、再到上门和业户沟通、完工后与业户二次沟通。

同时，为进一步提升公共设施完好性和维修及时性，德威物业各服务中心均制定了公共设施保养计划，实施预防性管理，在公共设施出现问题前及时整改，在对小区内实施的各项维修改造前都会及时通过公示栏知会业户，并以业户直观感受以及对业户日常生活影响程度为依据，制定维护时限计划，责任人必须在规定时间内保质保量完成。

打磨场景四：客服管家式服务

德威物业的贴心客户服务自营销案场到业户入伙装修，直至稳定居住均贯穿始终。近年来公司致力于打造多元化案场服务，让每一位客户在踏进案场的一刻，即能感受未来家居的预演和一切美好生活的想象，不仅聘用高颜值、年轻、专业的团队，而且从仪容仪表、工装穿戴、形体姿势等多个维度，经过严苛的筛选和培训，实现案场团队服务的标准化、规范化和品质化，不断助力于集团公司房地产销售业务。

入伙装修期间，通过印刷装修提示单，标明装修注意事项，针对业户入伙后的遗留问题进行建档管理，跟进相关单位进行整改；入住后及时进行客户关怀，建立初期关系，告知其物业服务范围和沟通渠道方式，并将每月的管理费账单及时通过短信、公众号、微信等方式发送给业户。除此，各物业服务中心更是在每月均有重点有主题地集中进行文明宣传和引导工作，如文明养犬宣传月、杜绝高空抛物宣传月、垃圾分类宣传月等；还有通过在节假日开展各类社区文化活动，如冬至送姜茶、六一送文具等等，不断拉近与业户的距离，给业户提供更贴心更生趣的管家式服务。

今日的德威物业，已不再仅仅提供“上管高空抛物、下管园区卫生，中间管空气”的各类基础服务，而是通过提升核心品质标准，细致打磨每一个服务环节，以极致的匠心精神，以精益求精的专业服务，助力业户房产的保值增值。