



08

從心出發 竭誠服務

—

越秀地產以客為本，將客戶的期待與訴求融入到服務產品線，在客戶信息安全、客戶溝通、客戶關愛、打造和諧社區等多方面努力，不斷提升客戶服務體驗。





從心出發 竭誠服務

8.1. 客戶信息安全及負責任營銷

越秀地產嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》的規定，並嚴格實行《移動案場管理規範(暫行)》等內部相關制度，明確各崗位工作人員對客戶信息的使用權限和有關程序，明確客戶信息的管理職責，防止消費者個人信息的洩漏和丟失，全面保護客戶信息安全。此外，根據本集團《售後服務階段客戶觸點管理工作指引》政策，加強全集團客戶信息安全，規範客戶信息訪問的流程和使用者存取權限以及規範承載客戶信息的環境，降低客戶信息被違法使用和傳播的風險，為訂購至交付前階段客戶提供安全、誠信的客戶服務，防控合同履約風險，提升服務質量，優化客戶體驗。

越秀地產在產品營銷和推廣過程中，嚴格遵守《商品房銷售管理辦法》，確保銷售環節傳達的信息真實、合法、科學、準確，並且提供相關文檔給客戶參考，使營銷手段符合社會責任要求，從而營造透明的銷售與推廣環境。

8.2. 客戶投訴與溝通

為規範處理客戶投訴，促進服務質量提高，確保向客戶提供優質服務，越秀地產依據《投訴處理程序》，設立服務中心客戶關係維護崗，專門處理客戶投訴。服務中心對客戶投訴採取迅速快捷、積極溝通的處理方式。更重要的是，服務中心注重經驗總結，定期整理客戶投訴檔案，總結常見投訴問題，採取實在的措施，防止此類投訴問題再次出現。

越秀物業廣州公司開展「業主招待日」活動

為配合服務質量提升工作開展，增進與住戶溝通，建立瞭解住戶需求與建議的渠道，建立客戶訪談長效機制，越秀物業廣州公司開展「業主招待日」活動。2017年11月26日上午「業主招待日」活動在廣州星匯園拉開序幕，活動由公司領導親自帶隊走向一線，近距離接觸客戶，傾聽業主心聲，接受最真實的意見和回饋；2017年12月3日上午，以「微笑點亮生活、服務傳遞愛心」為主題的「業主招待日」活動在翠城花園開展。活動現場設置了專職接待區，接待來訪業主、處理業主訴求；布展開放宣傳區，倡議規範社區文明行為、宣傳居家安全；協同設立便民區，開展放心家政、家電維修系列便民服務；以及溫馨許願牆，留下業主們的美好祝願與憧憬。

這系列活動迎來了眾多業主的熱情參與，深受廣大業主的歡迎與好評。活動現場工作人員與各前來參與的業主進行了深切的溝通與交流，並詳細登記了業主們的需求和建議，隨後安排處理和回訪，切切實實地落實此次活動的後續回饋，達到活動的初衷。業主招待日活動將成為越秀物業廣州公司與客戶之間的重要溝通橋樑。



【案例】



越秀地產「業主招待日」活動現場



從心出發 竭誠服務

越秀物業瀋陽星匯藍海客戶管家為業主排憂解難獲得表揚



【案例】

2017年12月20日，越秀物業瀋陽星匯藍海客戶管家高愛接到業主葉女士投訴其廚房水龍頭經常性水流小，導致影響日常用水後，立即聯繫工程維修班組派出水暖經驗豐富的工程人員到業主家查看。工程師對供水管線進行了細緻的檢查，發現是廚房安裝廚寶，廚寶內有水垢導致水龍頭堵塞的原因。工程師發現問題後，幫忙把水龍頭內的水垢清洗乾淨，又多次放水試驗，確保業主正常用水。管家也詳細跟業主家老人解釋了水流小的原因及目前的處理情況。12月29日，瀋陽星匯藍海服務中心收到該戶業主送來的一封表揚信。表揚信中對管家高愛熱情的服務和盡心盡力滿足客戶各種需求的行為表示讚揚和感謝。



瀋陽星匯藍海物業收到來自業主的表揚信

為保證及時瞭解自身服務、管理上的問題，進行糾正和督導，越秀物業公司質量管理部客戶關係崗製作了《年度住戶滿意率調查方案》，規定由物業公司服務中心負責問卷的設計、發放和統計分析，服務中心在社區公告欄、網絡平臺發佈滿意度調查的通知並跟進問卷的回收與整理。此外，為了讓住戶切身體會問卷的回饋質量和物業的用心改進，服務中心還會根據整改情況編制《服務中心住戶滿意率調查報告》，在社區進行公示，以起到正面回饋作用。





從心出發 竭誠服務

廣州越秀星匯園，業主滿意度高達95%以上

廣州越秀星匯園是廣州珠江新城最早的一批住宅社區，建成於2001年底。近年來，在第三方公司的調查中，業主滿意率都在95%以上，2015年甚至高達100%。業主的超高滿意度正是源於越秀物業對每一位業主的孜孜關懷：

- **安全有序**：星匯園是越秀物業公司中第一批開通共享停車業務的社區，每天完成200單左右的共享停車業務。社區的停車、車輛出入秩序在越秀物業公司人員專業高效的指揮下，井然有序地進行。
- **環境衛生**：星匯園對社區內整體環境衛生尤為注重。社區舉辦了「環境提升」活動，對綠化、衛生都進行了整體的整治提升。除了日常的維護，越秀地產物業經理每個月都帶領社區物業所有辦公行政人員參與大掃除活動，專門清理平時容易被忽略的衛生死角。在綠化維護方面，除日常養護外，社區物業還在社區花園一角自建小型苗圃基地。
- **服務溝通**：為了增加與業主直接溝通交流的機會，越秀物業經理、客服主任等管理人員，每天都會在社區門口開展朝送晚迎活動，這不僅使物業管理人員更快熟悉業主，也是業主與物業進行直接回饋的機會。在維修服務方面，星匯園實行設備管理員聯動，導入競爭機制，與周邊社區聯合移動派單，以避免出現任何的服務懈怠。
- **社區共建**：為了給業主們提供更多相互交流溝通的機會，每個月都會有社區共建活動，涵蓋健身娛樂、社區書屋等多種形式。搞好社區共建，對業主來說則是鄰里關係和居住氛圍實實在在的改變。



【案例】



共享停車服務



環境清掃日大掃除活動



社區共建活動剪影



星匯園物業中心獲得榮譽



從心出發 竭誠服務

與業主的多元化溝通方式



【案例】

越秀物業各地公司均開設了微信公眾號，如越秀物業廣州公司(公眾號：越秀物業廣州)、南沙公司(公眾號：越秀物業南沙公司)、珠三角公司(公眾號：珠三角越秀物業)等，推送物業公司的服務舉措、社區活動和最新動態，加強與業主的溝通聯繫。而在服務業主的過程中，管家微信使用得更為頻繁，業主通過添加樓棟管家微信，可以向管家提出服務需求，便於業主線上互動交流；而服務中心的各項服務、溫馨提示和通知也通過管家微信實現點對點發送，更為便捷；管家還在微信中以日記或圖文的形式記錄物業人員每天的工作情況，讓業主更加清晰瞭解物業日常工作。

8.3. 構建和諧社區

8.3.1. 關愛客戶

越秀地產始終把客戶需求放在第一位，因此，2017年，越秀物業從客戶最關心的健康、老年人關愛等角度出發，打造了一系列人性化，品牌化的客戶關懷活動，在「服務客戶、關懷客戶」的理念中不斷前行。

免費體檢進社區



【案例】

越秀物業杭州公司舉辦的免費體檢入社區活動受到了廣大業主的熱烈歡迎，2017年，越秀物業將免費健康體檢和健康講座帶進杭州星匯城、星匯悅城和星匯尚城。此次健康檢查活動，吸引了各個年齡段的業主前來檢查身體。活動中，還向業主普及許多日常保健知識，受到業主的一致支持。作為悅秀會的一項傳統的客戶關懷活動，健康體檢活動旨在讓業主在快節奏的都市生活、工作中，不忘關愛自己和家人的健康。



為業主提供免費健康體檢



從心出發 竭誠服務

關愛老年業主



【案例】

家住瀋陽星匯藍海的業主張阿姨是一位超過7旬的老人，老伴又患有糖尿病長期臥床，兩個女兒也因為工作繁忙無法在家中照料，越秀物業瀋陽公司的客服管家董雪在瞭解情況後，主動擔當起他們的「管家女兒」，定期關愛問候老人的生活成為了董雪工作中必不可少的一部分，陪老人輸液換針，無論大事小情，她都盡心盡力，時間久了，董雪用她如同家人般的陪伴讓老人和物業的工作人員逐漸產生深厚的感情。

心系業主，傾心關懷



【案例】



來自青島星匯藍灣業主的致謝錦旗

2017年大年初六，位於江門星匯名庭的楊先生母親走失，物業保安隊立即展開搜尋和排查工作，通過監控重播和隊員逐層排查，最終幫助楊先生尋回母親。楊先生特為越秀物業送上感謝信，讚揚越秀物業以人為本、高度負責、熱情服務的精神，對越秀物業致以最真摯的感謝。

此外，位於青島星匯藍灣的業主也在春節期間為越秀物業送上錦旗，感恩一年來越秀物業對患有關節炎和糖尿病的老人持續關注。





從心出發 竭誠服務

8.3.2. 社區共融

社區共融是社區和諧發展的基礎。越秀地產整合社區需求，通過舉辦一系列節日活動，促進旗下社區活動多元化、居民參與化、情感共融化，力求營造有溫度、有熱度的新時代城市社區。

2017年，越秀物業舉辦了多元化的社區共融活動，包括：

- 2017年1月，越秀物業廣州公司「迎新春，送揮春」義務活動
- 越秀物業廣州嶺南山畔「端午傳心意，粽粽顯心思」包粽子社區文化活動
- 2017年3月8日，越秀物業廣州公司精心為女業主住戶們準備了各種窩心的小活動

社區共融活動：開年送福，喜鬧元宵

2017年春節前夕，越秀物業懷揣著來自越秀地產的真切祝福將福字帖、利是封和賀卡送到了越秀業主的手上，與業主共同見證幸福的開年。元宵節之際，全國各大社區的越秀物業人人堅守著崗位，為廣大業主舉辦了豐富多彩、熱鬧非凡的鬧元宵活動：身處二沙島的廣州金亞花園，將鬧元宵活動變成了一場中西文化的大聯歡；武漢各項目開展了派元宵、猜燈謎、做花燈等各式社區活動，熱鬧非凡；瀋陽朔湖郡項目在會所組織的業主元宵聯誼會，一碗暖融融的元宵令人在寒冬中倍感溫暖。



【案例】



越秀物業舉辦一系列春節聯歡活動

鄰里家宴 美食共用

越秀物業南沙公司開展百家宴活動。2017年的百家宴在濱海花園共設宴18桌，參與人數達180人；社區現場設計舞臺、抽獎活動，讓業主朋友們在現場吃吃美食聊聊家常，促進鄰里之間的感情。活動的開展得到業主很高的評價：左鄰右舍同盡歡，遠親不如近鄰好！



【案例】

