

物业公司服务提升方案(通用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。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

物业公司服务提升方案篇一

勿容置疑，物业管理属于服务行业。随着物业管理行业的快速发展，物业管理企业之间的竞争日益加剧，物业管理企业不规范运作等问题被媒体频繁曝光，使物业管理行业的社会评价出现了前所未有的危机，生存发展环境受到了极大影响，迫切需要物业管理企业规范经营，从根本上提高自身竞争能力，实现良性、快速发展。

在物业管理的服务实践之中，物业管理企业要想获得持久健康发展，必须努力实现内在自然美和外在规范美的和谐统一。

一、抓住服务中人的关键因素，形成自然美

毫无疑问，物业管理服务的主体，是代表着物业公司的具体员工。他们身着公司制服，履行着服务的各项义务，一言一行，影响着业主或客户的认知，决定着物业服务质量的优劣和成败。业内人士都知道，物业管理行业的员工，主要来自于知识型的高端和体力型的低端。高端的员工数量相对较少，主要集中在管理层和技术层，对业主或客户的接触相对较少，但决定着企业的服务理念和服务流程；低端的员工数量庞大，主要集中在保洁、保安、绿化养护、维修等专业服务，长期处在服务一线，频繁接触业主或客户，直接反映着物业管理企业的服务形象。

如果物业管理企业对客户投诉的信息进行分析就会发现，反

映最强烈、影响最恶劣的投诉往往集中在一线员工的服务态度不佳上，所谓“好言一句三春暖，恶语伤人半句寒”，员工对业主的关切表现出来的冷淡和漠视，对业主的不尊重、不热心，都会在业主或客户心中留下难以修复和弥补的创伤。

员工的服务态度主要取决于员工的基本品德修养、员工的培训状况，以及企业的文化理念。所谓“内在自然美”，就是要在人力资源管理方面，对员工进行激励、美化、塑造，让美内化到员工精神品质中，由内而外地流露、体现在服务实践中。

一是，准确分析掌握一线员工的群体特征和需要，有针对地进行激励。一线服务员工主要来自于农村劳动力和城市失业人员。这一群体的主要特征是经济上比较窘迫，人格上需要自尊，心灵上需要归属。这是物业管理企业进行激励性制度安排的重要依据，但大多数物业管理企业却在这方面存在重大缺陷。部分物业管理企业内部仍然存在严重的用工歧视，特别是对外地农民工，一味使用约束性惩罚制度，动辄使用“大棒”，缺少正面牵引的激励性制度，管理绩效存在诸多局限。

二是，塑造员工，让他们学会树立正确的职业理念。在员工进入公司之初和工作过程当中，不断强化员工的职业意识，积极对员工进行跨工种的知识和技能培训，引导他们消除“来京打工”的概念改而树立职业发展的长期理念；引导他们消除“打工赚钱、赚一笔就走”的简单认识，树立学习脱贫、增长技能、经营生活的理念；引导他们学习发达地区的先进思想，“即使要走，也要带走大城市的文明观念；即使回到家乡，也要因为这段经历成为不一样的农民；既然到了这个组织，就要学有所成，有所收获”。

三是，设身处地关心员工生活。对员工子女入托、上学问题，在力所能及的范围内，不遗余力进行帮忙；对保安员住宿条件比较困难的问题，通过增加室内电扇、解决洗澡等方法加

以解决；在高温酷热天气中，给一线员工送西瓜或清凉饮料。通过点点滴滴的具体行动，使员工体会到组织的关心，拉近员工与企业的距离，感到自己是“有组织”可以依托的人，进而有意识地维护组织的利益。

通过以上方法，虽然不会使全部员工形成主动服务意识，但确实可以有效改变员工的思想观念和职业态度，使员工形成发自内心的激励，进而产出自觉、主动、发自内心的服务，“把业主的事当成自己的事”。这种基于思想品质的服务，必将表现出心灵之美、语言之美、行为之美、和谐之美、自然之美。

二、完善物业服务中的制度性因素，形成规范美

勿须讳言，物业管理行业仍然存在着少数不法企业侵占业主利益的各种问题，但也不可否认，物业管理行业正在不断规范。物业管理企业服务的规范性、经营的精约化和形象的品牌化正在受到业内的日益重视。规范是服务要求，精约是管理要求，品牌是发展要求。对于物业管理企业特别是新兴物业管理企业而言，要想实现快速发展，首要任务就是实现规范服务，打牢根基，即通过制度建设给外界以规范运转、规范管理的外在之美：

一是，遵纪守法，诚实守信，规范运行。物业管理属于微利行业，加之市场竞争不断升级，部分物业管理企业打肿脸冲胖子，不计成本承揽项目，造成的直接后果就是通过侵占业主或客户的合法权益转嫁成本，最终免不了出现业主与物业管理企业的纠纷。有鉴于此，国家和地方出台了《物业管理条例》、《物业服务收费管理办法》等诸多政策性文件，对物业管理行业的经营、运行等进行规范，这是有眼光的物业管理企业在长远发展当中必须关注的问题，是物业管理企业的核心层次制度，更是物业管理企业不折不扣要执行的“宪法”。物业管理企业必须进行详尽的梳理和系统的学习，既要学法用法维护自身的合法权益，更要自觉守法规范

经营，特别要处理好眼前利益和长远利益的关系。

二是，完善企业规章制度，精准设置服务流程。看过电视连续剧《大宅门》的人都有感触，“大管家”在一个家庭中发挥着十分重要的作用。物业管理企业承揽项目，多以包括保安、保洁、维修、绿化、设备管理、家政等多项综合性服务为主，业务面宽泛，劳动力密集，服务内涵丰富，实质上充当着成百上千个家庭的“管家”，身负责任十分重大，要管好自身庞大的“摊子”，服务好众多的业主或客户，就必须形成完整的企业规章制度，对员工的管理、对财物的管理、对设备的管理，都必须有章有法。

在服务中，还必须结合实际，做到精细、准确、全覆盖。精细是指服务的流程要周全详尽、尽善尽美，做到最细致、最具操作性；准确是指服务流程设计要切中要害，分工要清晰明确，具有很强的实用性和针对性；全覆盖是指物业财产记录要全覆盖，职责划分要覆盖服务项目，人员配备要覆盖到位，部门与部门的衔接、岗位与岗位的衔接都要“严丝合缝”，既不能出现物业财产遗漏，更不能出现管理漏项、有事没人管的情况。

只有提供服务的主体——员工，用发自内心的自觉主动服务与企业制度的规范约束的完美结合、和谐统一，物业管理企业才会真正实现规范经营、服务到位，才会实现物业管理企业与业主或客户基于诚信品质的良好合作，在发展中形成美誉度和良好口碑，从根本上推进物业管理企业品牌建设。尽善尽美、精益求精、细致入微，将是物业管理企业长期的追求和努力向前的目标。

郑州华庭物业管理有限公司

2015年3月12日

物业公司服务提升方案篇二

座谈会的通知

公司各单位、机关各科室：

为了提升我公司楼宇经济物业管理工作，促进业务快速健康发展，公司决定召开一次发展楼宇经济物业管理工作座谈会，现将有关事项通知如下：

一、会议时间：2013年9月10日下午3：00

二、会议地点

南海宾馆一号楼会议室。

三、会议内容

就当前的楼宇经济物业管理的基本情况和楼宇经济发展过程中遇到的困难、问题一一进行了座谈，以及如何通过整合现有楼宇资源，改变观念，提升楼宇物业管理服务的提升，从而进一步提升为公司服务水平，同时对楼宇服务等工作模式和机制进行了讨论和交流。

四、参加人员

物业公司领导、机关科室长、基层各单位负责人和骨干员工；市物协有关领导、人员；市房管局有关领导、人员；油公司有关领导、人员；油服湛江分公司有关领导、人员。

五、注意事项

2、请参会人员围绕会议确定的座谈内容，提前准备好发言提纲，并做好发言准备。

3、请参加讲座人员提前10分钟到达会场，会议期间将移动电话调至振动状态或者关闭。

物业公司办公室联系电话：3900172

2013年9月2日

物业公司服务提升方案篇三

1.1.1 物业

物业是指已建成投入使用的各类建筑物（公寓、住宅楼、写字楼、商场、医院等）以及配套的设施、设备和场地。一般来说物业应包括以下几部分：

1. 已建成并有使用功能的各类居住或非居住的楼宇。
2. 与这些楼宇相配套的设备 and 公用设施。
3. 楼宇的建筑和相应的场地、庭院、停车场、非主干交通道路。

1.1.2 物业服务

物业服务是指物业服务经营者按照物业服务合同的约定，对服务区域内的房屋及配套的设施设备和相关的场地进行维修、养护、管理、维护相关区域内的环境卫生和次序等的活动，并向物业所有人或使用人提供综合性的特约服务。所以，物业服务的核心就是对物业进行日常的维护和保养，保证其始终处于正常的运行状态，以发挥物业的最大的功能，使其保持增值，并为物业所有人和使用人创造整洁、文明、安全、舒适的生活和工作环境，最终实现社会、经济、环境效益的统一和同步增长。

1.2.3. 物业服务的形式

《物权法》第八十一条规定：“业主可以自行管理建筑物及其附属设施，也可以委托物业服务企业或者其他管理人管理。对建设单位聘请的物业服务企业或者其他管理人，业主有权依法更换。

因此，物业服务可以采取业主自行管理、委托物业服务企业管理、委托其他人员管理三种方式。

1. 业主自行管理

2. 业主委托物业服务企业管理

业主委托物业服务企业管理是指业主将有关对建筑物及其附属设施设备管理事项交给物业服务企业进行管理的。委托管理又可分为全部委托和部分委托管理。

3. 业主委托其他管理人员管理

业主委托其他管理人员，是指受全体业主委托管理建筑物及其附属设施的个人或者组织。

1.2.3 关注服务细节

物业服务是一个过程，由无数细微、琐碎、枯燥、单

一、重复的小事汇集而成，但每一个细节、过程都关注到业主、客户的切身利益。物业服务就是踏踏实实地做好每一件事、做好每一个细节的过程，将小事当做大事来抓，以细节换来喜悦。做好小事、成就大事。因此做好小事是物业服务成败的关键，否则将在服务工作中出现服务方向错位、服务态度错位和行为方式错位。

1.2.3 向市场角色定位

具有市场竞争意识和能力以及必要的服务意识，如果物业服务企业服务意识差、服务水平低、观念不及时更新，这样的物业服务企业在今后的市场竞争中不可避免的被淘汰出局。因此，物业服务企业必须以服务标准为准绳，以服务质量求生存，才能在物业服务市场经济中找准自己的位置。

1.2.3 物业服务集成商的角色

所谓物业服务集成商，就是社会服务的搜集者、统筹者和组织者，通过提供间接服务、人文服务信息服务，组织和落实社会专业服务资源为业主提供服务，达到业主满意的目的。

总之，物业服务企业的角色定位至关重要，不仅关系到物业服务的发展，同时也关系到在实际物业服务中是否能够提供合格的物业服务；是否能够满足业主的需求；是否能够赢得业主的信赖；是否能够衔接好物业服务与业主之间的关系；是否能够在物业服务的环境中提升自身的服务品牌。

1.2.3 物业服务企业发展要求

1. 管理标准化、服务人性化、过程亲情化。

(1) 管理标准化：物业服务企业规模化经营需要规范的标准、流程及完善的制度。通过标准、人力资源、制度，使得服务质量和效率得以保证。

(2) 服务人性化：对不同物业项目、不同的业主体现个性化服务和物业管理，使业主产生愉悦，获得充分的个性张扬和成就满足。

1.6.5 物业企业的约束机制

1. 建立规章制度

物业服务企业要建立即符合国家法律法规，又适合企业本身具体情况的规章制度，做到对业主的任何服务行为都在约束之内。约束机制提倡机制约束，也就是说约束的内涵不仅限于机制约束，而是更全面的机制约束。

5.9.3 物业服务的收费的误区

长期以来，物业服务费收取一直是物业管理工作的一个瓶颈，这个问题长期无法解决，根本原因是人们无法走出物业收费的误区，为此，必须明确以下几点：

1. 享受物业服务就应交费

在民事活动中，提供服务的人只能根据事先约定向主动要求服务的人收费，而不能强迫被动接受服务的人交费，被动接受服务的人是否付费，完全取决于他个人意愿，即使是政府、法院、也无权干涉。在实践中，经常出现物业管理企业强制要求业主缴纳各种名目物业相关的费用的情况，强制消费的一般结果是业主与物业管理企业之间产生矛盾，更为严重的结果是造成双方的对立。

物业公司服务提升方案篇四

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。

物业公司服务提升方案篇五

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led屏播放进行宣传引导；

- 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、对小区地下车库梯间加装摄像头，保障人员出入受控；
- 9、楼管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

- 12、公共设施维护责任到人，建立日常巡查和维护机制；
- 14、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

- 16、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；
- 21、全员片区化管理，划分责任区域，避免死角存在；
- 22、强调全体职员人过地净，要求安全固定岗负责方圆一百米的环境卫生，不能出现白色垃圾。

绿化养护 重点提升客户观感

- 25、开拓思维，外出学习，在小区内做一些标志性的植物造型；
- 26、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；

27、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；

28、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；

29、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

31、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；

36、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

41、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；

42、设置家政维修实操基地，强化技术人员专业技能提升；

43、研究家政维修量化考核制度，激励技术人员工作主动性；

44、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；

46、在维修任务完成后，主动咨询业主是否还有其他需求；

47、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

重点针对新业主，留下美好的第一印象. 48、销售现场强化客户对物业感受，如物业小故事led屏宣传。

49、销售现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。

50、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。

51、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。

54、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；

55、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；

56、保修期满前一个月，统一发短信提醒客户；

60、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；

67、创办社区刊物，通过报刊搭建物业与业主的沟通平台；

74、每月部门例会中，进行投诉总结分析，做好投诉预警；

75、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；

76、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

77、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。78、针对不同客户的兴趣爱好开展，不同的活动。79、建立业户生日资料，组织开展业户生日晚会。80、联合社区，组织开展相应的活动。