

一个电话管家五分钟到门口



家住万科某小区的赵女士最近遇到一件暖心事儿，家里的水管漏水了，给物业打电话不到五分钟，物业公司就派人来修理。这样的物业服务，给业主带来安全舒心的居住环境。好的物业，能够给业主带来量好的居住体验，也是购房者要考虑的重要因素。

本报记者 马韶莹

半夜厨房漏水 五分钟物业就搞定

“砰砰砰”，3月的一天，已经晚上九点，赵女士家的门被敲响了。赵女士疑惑的开了门。“你好，我是楼下邻居，你们家厨房的水管好像漏水了。我们家房顶有水。”赵女士急忙跑到厨房，打开橱子门一看，橱子里都是水。

赵女士赶紧电话联系物业管家，管家则马上联系了当晚的值班人员。没一会儿，门铃就响了。物业的维修人员已经拎着工具箱来了。“当时我们看了一下时间，从我给管家打电话到维修人员上门，正好五分钟。”赵女士和维修人员简单沟通了一下，维修

人员穿上鞋套进了厨房，用了不到十分钟，水管就修好了。维修人员说从目前来看就是暖气管道没要紧，但是保险起见，明天再过来检查检查。

第二天一早，维修人员和另外两个同事来到赵女士家对赵女士家的暖气阀门和管道再次进行了检查。他们发现赵女士家的橱子底板有些泡变了形，橱门有些关不紧，就顺便把橱门也给调了调。

赵女士对物业这次应急处理很满意。“之前都说万科物业好，但是没遇到事儿也没觉得。这次，物业能在这么短时间内上门，真的超出我们想象。”更让赵女士意外的是，一周之后，维修人员再次上门，这次除了拎着工具箱，还带了一块橱子底板。维修人员说，上次发现赵女士家的橱子板子有些变形，回去就定制了一块防水的，这样以后在遇到问题，板子就不会变形了。

从“管理”到“服务” 好物业让业主更安心

万科物业只是现代物业公司的一个缩影。随着时代的发展，物业服务的水平和质量也在逐步提升，给业主带来全方位的服务。

以万科物业为例，它们采用的是指挥中心对讲沟通，客户报事5分钟内录入系统发布任务工单，紧急事件同步电话通知相应人员处理并跟进处理情



龙湖物业客户关系中心

况、向客户反馈。同时，每个楼座固定管家，业主可以通过微信、电话随时找到管家。

除了万科物业外，龙湖、绿城、中海等品牌房企也都有自己的物业公司，这些物业公司也都是行业的领跑者。龙湖物业总经理曾益明曾表示，“龙湖物业从成立那天起，就给自己下了一个自定义设置，我们是做‘物业服务’而非‘物业管理’”。

比起冷冰冰的“管理”，“服务”，意味更贴心更暖心更人性化。在龙湖物业发布的《龙湖业主全生命周期理论及需求层次的研究报告》中，将业主满意的感觉分为七个层级，针对不同业态、不同生命周期

的项目，设计个性化的服务。同时，根据不同地区与城市的差异性，自然条件、经济发展水平、文化习惯的差异，要求每个城市都有特色服务设计，以期达成甚至超越业主的对居住和生活满意度的期待。

在互联网普及的现在，物业公司也都纷纷创办自己的APP，实现了物业与业主线上及时沟通，邻里氛围也得到提升；针对社区生活需求，很多社区也都根据社区情况开展免费洗车、清洗脚垫、“磨剪刀戥菜刀”等便民服务。通过从生活细节入手，提升物业服务，在济南，这些品牌物业公司带领着整个物业市场水平的提升。

抢福利、领折扣·增加邻里互动体验

“别人家的物业”

如何玩转活力社区

传统的物业服务大多是被动的服务，业主遇到问题找物业，能解决好就算是好物业，那些推诿扯皮的懒散物业经常还会成为业主的一件烦心事。但是，一些品牌物业早已主动出击，能够想在业主前面，为业主提供意想不到的惊喜服务，组织社区活动，增加邻里互动等，让社区生活充满体验感。万科V盟、鲁能FUN社群等就是典型的“别人家的物业”，他们通过一系列社区增值服务为业主提供了丰富的社区生活体验。

住在济南万科城的邵先生对自己小区的物业服务赞不绝口，“自从住进万科城小区，物业服务和之前老小区的传达式物业形成鲜明对比，冬天经常会在出门时收到物业送的热姜汤，V盟经常还会搞一些互动性的活动，让我们邻居间更加熟悉，还有一些意想不到的福利。”邵先生说道，小区里的邻居都关注了万科V盟的微信公众号，经常还能够从公众号抢一些业主福利，有一次自己抢了一个西瓜，贴心的物业把西瓜送上门，让人不觉心头一暖。据了解，在V盟平台，业主可以办享受很多服务，平台会帮喜欢看书的业主统一从图书馆借书，在社区领取，还能享受洗衣、咖啡等会员折扣、合作商家V盟折扣等。

在鲁能领秀城，fun社群的建立也把物业服务再次升级，让业主的生活更加有趣。鲁能物业客户部迟经理介绍道，鲁能fun社群就是把有同样爱好的业主集中起来，例如瑜伽、够级、跆拳道、广场舞、健步走等爱好者都有自己的fun社群，物业会不定期组织相关社群的活动，让小区生活更有活力，邻里沟通更加密切。家住鲁能领秀城的金女士表示，社区很大，生活配套很全面，元宵节、儿童节等节日都会收到物业管家的活动通知，自己也是瑜伽fun社群的成员之一，现在通过物业活动自己的生活更加丰富，基本可以做到不出社区，生活、娱乐全覆盖。

业内人士分析，品牌房企在物业服务升级上又走在了前列，其实更多物业增值服务，多了一份投入，却多了十分回报，无形中给品牌带来的增值不可限量，同时也能成为房地产转型中一个新的业务增长点。

记者 田晓涛

记者 葛未斌

齐鲁春季房展今日开幕

4月12日—15日,由本报主办的2018齐鲁春季房地产展示交易会在舜耕国际会展中心盛大开启,现场10余家品牌房企携其项目亮相,不仅汇聚了众多品牌实力房企,覆盖济南各个区域,同时,为更好服务购房者,主办方还将开展预约观展送免费车展门票等活动,携手齐鲁大地规模最大、品牌最全的汽车展会联袂上演房车嘉年华。

多盘齐发 打造一站式购房平台

据展会主办方介绍,本届房展会招商之初就引来了众多开发商的关注,除了历届房展会的“常客”之外,其中不乏“新人”面孔。如今,碧桂园、万科、恒大、中海、绿地、华润、新城、海信、帝华等10余家一线品牌开发商,携手各自旗下诸多楼盘项目“抢得”展会展位,与省城购房者见面,让购房者充分享受一站式购房便利体验。此外,本

次展会除了汇聚诸多房地产开发项目,还将有齐鲁晚报购房俱乐部等便民服务,与购房者进行现场互动,解决市民关于“房产”的疑难问题。

蔡先生连续几年都到齐鲁晚报举办的房展、购房节来挑选自己喜欢的楼盘,作为一名爱好房产投资的购房者,他告诉记者房展会的举办更有利于他了解市场环境:“这几年济南楼市火爆,不少楼盘价格上涨,到房展会来观展,可以通过对比多楼盘,更好地了解楼市,了解房子的性价比。”

主办方告诉记者,齐鲁房展会作为齐鲁楼市的“风向标”,省城品牌楼盘第一展,见证着齐鲁房地产业的发展脉络和轨迹。随着传统楼市旺季“金三银四”的到来,各方博弈下,齐鲁秋季房展会的举办对于齐鲁楼市来说意义重大,在为开发商树立楼盘品牌、推广销售项目的同时,也为购房者增加了楼市信息储备,提供了一个全方位、立体化的观房、购房平台。

看房展会 领限量免费车展门票

据了解,本届房展将再次携手齐鲁大地最大汽车展示交易会共同举办。“这次车展已经有百余家品牌汽车确定参展,仅在舜耕国际会展中心就有宝马、奔驰、凯迪拉克、沃尔沃、奥迪、英菲尼迪、路虎、捷豹、斯巴鲁等20余家高端汽车品牌共同亮相。”据主办方介绍,“齐鲁车展每届观众人数保持在30万人次;成交量屡次突破2万台,无数新车都从这里走向全国。”

为更好服务购房者,主办方还将组织看房展会免费领车展门票活动,展会期间,每日观展前100名,都将获得免费观展门票。

除此之外,齐鲁晚报购房俱乐部也将坐镇展会现场,购房者在置业过程中遇到的置业问题、权益维护等均可现场获得解答。同时,《齐鲁楼市图》也将在展会现场免费发送。



每届展会都会吸引众多市民前来看房