



用良心做良品 用品德做品牌

寻找菏泽本土原创品牌

之现代服务业

独家冠名: 中华世纪城 联合主办: 菏泽市中小企业公共服务中心 菏泽市轻纺协会 联合发起: 杨湖酒业

今日菏泽

标本解读之巾帼家政、尚家物业

菏泽服务业,品牌梦想照进现实

□服务业的壮大与繁荣,是一个城市现代化的标尺 □菏泽的“服务品牌”正努力与城市一起成长

小区的物业人员,家里的家政人员……生活中,越来越多的市民与这样的从业者打交道。近年来,菏泽服务业发展迅速,据家庭服务业协会统计,目前菏泽家政公司共有300多家,菏泽市区内物业公司达150余家。

与制造业不同,服务业主要是针对本地市场“作战”,加之“熟人效应”的影响,服务企业的品牌树立,在一定程度上依靠“口碑相传”。而让品牌传下去,依靠的只能是优质的服务。以服务品质做品牌,已成为菏泽服务类企业发展的主要途径。

菏泽的服务企业在发展,越来越多的服务企业开始注重服务品质和口碑品牌,经过口碑相传的品牌建设,菏泽的服务行业中不乏巾帼家政、尚家物业、金通物业等渐有名气的品牌,也有一些正逐渐成长、打造口碑的小规模服务企业。

巾帼家政: 专业化优质服务树品牌

本报记者 董梦婕

“月嫂等家政服务人员普遍已经预约到明年六月份了。”菏泽巾帼家政服务有限公司家政部经理陶会燕告诉记者,个别家政服务人员的预约已经到了明年八月份,“既有市场扩大的因素在里边,也有消费者的口碑相传”。

消费者的口碑相传,依靠的是优质的服务,而这正是巾帼家政在菏泽市场树立品牌的基础。

以短养长,“先做起来再树品牌”

目前菏泽家政公司共有300多家,仅八一路就有几十家家政公司。家政行业的门槛看上去并不高,但在众多的家政公司中,规模大一些的只有七八家。

如何才能做出品牌?菏泽巾帼家政服务有限公司总经理吕东表示,规范化、专业化、标准化管理和服务是推动企业发展的必由之路,“服务做到位了,才能紧贴市场需求,打造专业家政品牌”。

而在2007年成立之初乃至稍后的一段时间内,巾帼家政走的却是“以短养长”的路子。菏泽巾帼家政服务有限公司家政部经理陶会

燕告诉记者,受传统就业观念的制约,公司成立半个多月仍招不到一个家政服务员,用人危机成为公司的头等难题,“更无从谈发展”。

2008年,公司仍不见起色,而公司只有生存下去才能做大做强。巾帼家政当机立断,成立巾帼物业服务有限公司,承揽单位的卫生保洁等工作,以短养长促家政业发展,“家政业是一个朝阳行业,我们相信只要撑过这一时期,未来家政业会迎来爆发式发展。”陶会燕说。

历经5年的市场考验,巾帼家政树立了行业内的“领衔者”地位。

专业化服务赚口碑,编织家政服务网

初步发展的巾帼家政,开始谋求做大做强,树品牌。

为了提升客户的满意度,巾帼家政服务人员不断提升服务品质。“之前有客户投诉家政人员,虽然了解事情原委后得知并不是服务人员的错,但是我们还是特意买了花去看客户,虚心接受投诉,完善服务质量。”陶会燕说,每名家政人员至少要经过半个月的岗前培训才能上岗,好服务质量才有好口碑,而好口碑是树立品牌的基础。

2010年是巾帼家政的转折年,这一年的市场规模基本形成,并正式加盟成为中国驰名商标的济南“阳光大姐”,按照“阳光大姐”的服务标准和管理模式,从硬件、软件两方面深挖服务内容和服务项目,强化对下岗女工和农村妇女的专业化培

训,打造精品队伍,为菏泽市民提供高档次的家政服务。

不培训不上岗、不查体不进家、不签合同不派工的品质化服务使巾帼家政得到社会各界的好评,相别于其他“中介式”的家政公司,巾帼家政还统一岗前培训、统一医院查体,统一收费标准,统一持证上岗,统一服务标志,统一定期回访,为家政服务员上保险,长远规划打造贴心服务品牌。

“我们的巾帼品牌都是家政服务员以细致的服务做出来的,为了更完善服务、扩大招工面,计划在社区周围开设分店,使巾帼家政走进社区。”吕东说,目前东明开了一家连锁加盟店,打算在市内再开十家左右直营店,编织一张强大的家政服务网络。



尚家物业: 瞄准国优,学“万科”立品牌

本报记者 陈晨

“物业服务态度很好,解决问题很耐心。”家住中达尚城的张女士告诉记者,这套房子本是给儿子准备的,秋天过来小住,发现尚家物业服务态度很好,“便和老伴一块儿搬过来住了”。

“修理东西快”、“打扫卫生及时”、“保安尽职尽责”……与张女士一起散步的几位居民也纷纷表扬起物业公司来。

自2002年第一家物业管理公司成立,菏泽物业已发展近10年。作为小区居民的“管家”,如何才能赢得业主的认同?2011年获得“山东省物业管理优秀项目”的尚家物业负责人王经理称,“理念、服务均领先”。

管家式理念,细节服务不忽略

据了解,菏泽物业公司虽多,但在管理上普遍存在不规范的问题,与业主的矛盾也主要来源于此。尚家物业从源头上控制与业主产生矛盾的问题,不论在经营策略上或是细节上都充分为业主考虑。

2007年成立的尚家物业公司,尽管在菏泽只承接了中达尚城一个小区的物业服务,但管家式的服务理念,规范化的服务流程将物业公司打造成了一个响当当的品牌。“服务就是我们的产品,这个特殊的产品没有硬性的评估方法,唯一树品牌的途径就是口碑,像我们做了5年,有很多市民冲着尚家物业前来看房。”谈话中,王经理对公司服务颇有自豪感。

据介绍,尚家物业采用管家式服务的理念。每一栋楼都配备一名楼宇管理员,而且不时到业主家里与业主沟通,以此来保持对每一个关于业主的生活细节都持续关注;新房交房后装修过程中会配备一名装修管理员,对装修全程监控,保证业主装修安全。

细节上,尚家物业坚持践行三心服务标准,让业主住得安心、舒心、放心。在菏泽物业公司中保安投入量最多,24小时不间断巡逻,智能化系统的应用为业主的安全保驾护航,小区交房入住以来未发生一起治安事件,也说明了物业管理的谨慎性。此外,日常维修方面,坚持维修人员24小时值班,做到“小修不过夜,大修要尽快”。

瞄准国优,“向最优秀者看齐”

尚家物业负责人王经理对国内领先的“万科”物业十分推崇,“想创品牌,就要不惜前期投入,尚家物业要向‘万科’物业看齐,明年交房后准备申报国优,争取拿下国家物业管理优秀项目。”

拥有雄心壮志的尚家物业,拿下国优的想法并不是一句空话。王经理介绍说,公司即将实施三方通话,即大门口保安处的电脑可以同时连接楼宇门可视通话及业主家里的可视通话,

届时业主可在家看到访客,进一步避免有人浑水摸鱼。

同时,尚家物业考虑到,二期交房后物业公司管理面积将增大到10万平方米,管理1100余户业主,为免桶装水搬运工频繁进出导致混乱,尚家物业下一步准备安装一吨的净水设备,将设备安装在物业办公室,小区居民投币即可领取桶装水,既能保证饮用水的安全又能防范未知风险。



用良心做良品 用品德做品牌

寻找菏泽本土原创品牌

全程冠名

Made in HeZe

联合主办: 菏泽市中小企业公共服务中心 菏泽市轻纺协会

独家冠名: 中华世纪城

联合发起: 杨湖酒业

长大与突破 菏泽原创品牌的壮大之路

欢迎菏泽市各级政府、企业界及社会机构向本报推荐您所钟爱的菏泽原创品牌。

联系电话: 18253098078

推荐时间: 2012.11.13-2012.12.31