



质量加口碑、探索与创新……

碧桂园鲁北区域服务「出圈」背后

5月31日,碧桂园鲁北区域客关部负责人董国祯在与记者交谈时出示了一份成绩单:2021年4月,碧桂园鲁北区域在一百多个区域客户满意度评比中脱离末位,排名位列第52名,相比以往提升整整近30个名次。

此次提升,距离鲁北区域正式成立之后,不到7个月的时间。

“这只是个开始,我们的目标,是跻身碧桂园服务力量的上游水平。”董国祯说。

当下,从高歌猛进到稳字当头,房地产跑马圈地式的扩张时代已经过去,高质量发展、精细化运营价值凸显,增长速率已不再是衡量行业未来的唯一标准。



齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 赵原雪

当众多房地产人放缓脚步,开始重新审视自己的时候,作为一线房企的碧桂园率先决定变革,开启了一条践行“长期主义”的发展路径,成本、产品、营销、服务、科技……每一项可以激活房企细胞活力的元素,宛如一针药剂,找准痛点精准注射,重新焕发生机。

痛点之一,便是服务力的改变。

如果说以工匠精神打造的产品力,致使碧桂园鲁北区域在日益激烈的房产之争中再次“出圈”,那么践行长期主义的服务力,则是他们强化实力,争做C位的致胜因素。

“质量加口碑,才能让碧桂园鲁北区域走得更远。”碧桂园鲁北区域总裁姜军说。

“老房企”觉醒

改变,从意识开始。

房地产人敏锐的市场嗅觉与长年累月的实践经验同时提醒着董国祯和所有碧桂园客户服务部门的工作人员,要变革!

“当前,房地产业由增量时代进入存量时代,房产市场的不断扩大,让多数家庭拥有了自己的房屋。不过,这也为房企带来新的命题:如何为现有的

房屋资产带来更好的配置和管理,最大化实现房屋价值。”董国祯告诉齐鲁晚报·齐鲁壹点记者。

在他看来,随着买房群体的多元化,客户日益增长的物质与精神需求也发生改变,人性化、精准化的住房服务所带来的幸福感,成为了客户的第一追求。

外部环境催生新的赛道,内部形势更刻不容缓。

董国祯坦言,碧桂园淄博深耕9年,作为入驻较早的头部房地产企业,在服务方面拥有很大的发展优势,但同时也存在不少“老房企”的通病。

“作为老牌的大型房地产企业,我们有自己系统化的服务模式,人员管理更加标准,执行操作力更强,更加专业化。”他说,但过于成熟标准的服务体系,也会让曾经的碧桂园难以在统一模式的限制之下走出适合淄博本土发展的特色服务,很难让碧桂园在淄博走得更稳更远。

正因如此,长期主义这一理念,如今,渗透于每一个碧桂园人的脑海中。

2020年7月,碧桂园进行了一次深入市场调研,并开放了来电、留言等多个渠道,聆听客户的的声音,了解客户当下的现实需求,这也让碧桂园服务部门拉近与客户距离的同时,重

新开始思考,什么是真正的长期主义。

“对于服务而言,只有让业主真正满意,才是专属于我们的长期主义。”董国祯认为。

交楼再定义

觉醒后的碧桂园鲁北区域,加快了服务力的改革步伐。

“我们针对不同阶段的业主需求,进行不同的针对性服务,分成了准、磨、稳、老四项阶段性服务改革。”董国祯介绍,在业主签约到交房之前为准业主期,在这一阶段,碧桂园客关部门将制定一些标准化服务方案,举办特色活动,从而增加与业主的互动;在交房前更多地去了解即将签约的新业主需求,并通过一系列的管理,加强对客户服务人员的服务态度和能力,提升整体服务水平。

交房后的磨合期,是业主客诉的集中爆发期,碧桂园鲁北区域的服务将会专注于房屋质量与手续办理等方面。“对此,我们打造线上一站式售楼模式,对业主交房后需要办理的相关手续进行打包服务,减少了业主的等待时间,对于房屋产生的一系列问题,我们成立了快修队,质量问题在第一时间一次性得到解决,减少业主的后顾之忧。”

交房后的客户服务并没有就此终止,碧桂园鲁北区域的服务,将贯穿业主住房的全生命周期。

“交付一年后的稳定期,主要由物业主导业主的服务,这一阶段的工作会以主抓物业服务提升为主,按照物业的服务标准为业主进行服务。在最后的业主时期,也是房企服务市场会忽略的环节,我们在每周会进行业主关怀,定期打电话摸底,重新梳理老小区产生的服务问题,进行品质维护和进一步提升。”董国祯告诉记者。

如此种种,记者发现,随着碧桂园鲁北区域服务力的改革,交楼的定义对于服务人员

而言,也悄然发生了变化。

“以客户为中心,完美交楼才算交楼。”这是碧桂园鲁北区域的认知。

对于他们而言,交楼的定义不再是一个动词,而是业主发自内心的真正认可。

口碑至上

短短几个月,重新定位的碧桂园鲁北区域正在改变。

2021年,碧桂园·凤凰星项目示范区暨淄博碧桂园星体系体验空间亮相淄博,成为碧桂园落子淄博的第八子。

全新的区域人事架构,强基行动、不断创新的工程人才梯队培养模式,新的发展模式为碧桂园的登场做出了新的注解。

身处鲁北区域的业主对服务品质由改观到逐渐认可,正面而来的声音让一度居于集团末位的碧桂园在淄博的综合实力逆袭而上。

这其中,不乏有交付多年的老业主点赞,使得以“老带新”的购房率也得到明显的提升,使得投诉无门、僵硬对立的双方关系,也在服务力改革之变中破冰消融……

与此同时,碧桂园这一名字正以全新的面貌,再次回到鲁北区域的大众视野。碧桂园所奉行的长期主义理念,也在实践的检验之下进一步具象化,并走出了一条碧桂园独有的发展路径。

在未来,碧桂园的服务力将会走一条什么样的道路?

“做好口碑。”董国祯的回答言简意赅。

董国祯表示,当前,碧桂园鲁北区域的服务力水平还有较大的发展空间,还有更多的领域,需要碧桂园人的不断探索与创新。

“如何打造地产界的口碑,让新老业主因为产品选择碧桂园,因为服务坚定碧桂园,我们还有很长的路要走,我们也会更加坚定地走下去。”董国祯说。

长期之路,方能强者恒强。

