

# 品牌物业服务提升与客户投诉处理案例分析

## 【课程背景】

物业管理经过 20 多年的发展，企业对客户的观念有了很大的改变，服务质量也有了显著的提升。然而，随着业户服务需求的不断提升和对服务品质的不断提高，更多的物业企业显然没能真正地逐步超越业户的服务期望，对企业自身和服务人员的所处地位尚需根据时代的发展合理定位。

现如今，物业管理企业大多数还是在以自我为中心，提供自认为令业主“满意”的服务。在全球经济一体化、外资物业、品牌物业管理公司服务同质化严重的大背景下，致使物业管理企业的竞争不断加剧，潜在的危机也悄然到来。

## 【课程收益】

有的物业是让客人满意，有的物业是让客人感动，而有的物业是让客人既满意又感动.通过课程学习，掌握如何让客户既满意又感动？

- 1、超越客户期望的客户服务；
- 2、了解优质客户服务的评价指标；
- 3、学习掌握万科物业五步一法；
- 4、掌握客户服务循环 的概念，并指能用之于实践；

5、掌握如何提升客户服务技巧；

6、能够知道如何快速解决客户抱怨处理技巧和方法；

7、善于从过失中尽快恢复并总结教训.提高应变处理投诉问题的能力，并借机把潜在的客户抱怨转成公司致胜的机会.

### **【金牌讲师】**

倪老师：

标杆物业人力资源管理实战专家，标杆物业品质管理实战，标杆物业客户服务管理实战。多年物业管理和人力资源管理工作经历。曾在万科物业负责项目管理、顾问管理、品质管理和人力资源管理工作，以及招商物业集团品质管理与培训管理工作。既有标杆物业企业管理经验，还有为中小企业进行管理咨询的丰富经验，既深度了解标杆物业企业管理式，更掌握中小企业的管理现状与特点；对物业管理企业战略、组织管控、物业客户服务、品质管理、案例分析、人才培养、组织绩效以及物业薪酬设计等有丰富的经历与独到的见解。

授课风格：

稳重而不失风趣、朴实而不乏幽默、通俗而不离哲理；

课程结构严谨，条理清晰；教学指导性强、寓教于乐，有实战经验又有培训技巧；

对待学员的问题认真严谨，深受学员及曾经服务过的企业所推崇，是一位不折不扣的优秀培训顾问。

### **【培训对象】**

本课程适合（地产、物业）中高层管理团队，尤其对客户服务、品质管理人员。

### **【课程大纲】**

#### **第一部分：物业客服体系设计**

##### **第一章：了解客户服务**

###### 1.客户服务的重要性是发展趋势

客户服务与经济的关系

客户服务行业的发展趋势

###### 2.客户服务与客户服务的关键特征

服务的定义

无形价值在客户服务中的重要性

顾客不拥有服务的所有权

顾客参与服务的生产过程

人员是服务产品的一部分

运营与产出在客户服务中的可变性

顾客对服务的评价比较困难

客户服务无法储存

客户服务对时间要求很严格

【讲述本模块时候，会插入物业案例，并针对物业管理服务内容进行讨论】

3.顾客在客户服务过程中的角色

如何描绘客户服务过程

如何定义“关键时刻”

如何管理“关键时刻”

【讲述本模块时，会让学员描绘“家政维修服务过程”，并列明服务各“关键点”】

4.顾客期望

顾客期望的来源

顾客期望的管理

顾客期望与满意度之间的关系

【针对小区物业管理，组织研讨业主的服务期望有哪些？如何针对期望进行管理】

## 第二章：设计与管理服务产品

### 5.如何设计服务产品

如何设计服务产品的核心要素

如何设计服务产品的附加要素

设计服务产品的方法

品牌在服务产品中的重要性

【本模块针对“彩生活”服务设计展开，研讨服务新项目的设计与管理】

### 6.描绘服务蓝图

描绘服务蓝图

为员工和顾客创造剧本

识别失误点

设定服务标准

失误实验，增强服务过程的可靠性

服务过程不断完善

服务流程的编写原则与技巧

服务流程编写实操

【本部分为服务流程管理实战模块，中间插入流程编写原则与技巧】

7.设计服务环境

服务环境定义

服务环境是服务体验的一部分

服务环境是价值定位的一部分

顾客对服务环境的感知

服务环境维度

整合服务环境，提升顾客满意度

【环境服务对投诉处理相当重要，中间将会插入大量投诉处理案例】

## 8.加强员工管理，赢得服务优势

服务员工对客户服务的重要性

服务员工是赢得顾客忠诚和竞争优势的源泉

一线服务工作充满困难和压力

员工服务圈

如何获取到合适的员工

如何培养合适的一线员工

激励一线员工，让员工充满活力

树立倾斜一线服务员工的企业文化

**【本模块为管理模块，中间会讲解知名物业公司的管理思路与方法】**

讲述第一章和第二章的时候，将会用行动学习法、案例法、实操法以及头脑风暴法等多种手段进行讲解，详细阐述服务的各种理论与实践的结合。

## 第三章：优质客户服务

### 9.顾客接受服务时的需求

受欢迎的需求。

及时服务的需求。

感觉舒服的需求。

有序服务的需求。

被理解的需求。

帮助或协助的需求。

受重视的需求。

被称赞的需求。

被识别或记住的需求。

受尊重的需求。

## 10. 优质服务的 10 种好习惯

准时

言而有信

承诺要留有余地

做些分外的服务

给予顾客选择的机会

学会向顾客那样思考

把顾客看做工作中最重要的部分

把同事看做顾客

工作多一点主动性

打电话时要微笑，音调要有变化

## 11.顾客的类型分类以及应对

顾客的类型

如何测评顾客的类型

针对“孔雀型”顾客，我们应该如何应对

针对“老虎型”顾客，我们应该如何应对

针对“卡拉型”顾客，我们应该如何应对

针对“猫头鹰型”顾客，我们应该如何应对

## 12.如何看透顾客的性格与应对策略

对顾客的性格进行分类

对顾客 16 种性格的逐一讲解

如何判断顾客的性格

针对不同性格如何进行服务

本模块的讲解基本是案例、模拟和实操的方式进行，中间会有大量的研讨和互动

#### **第四章：投诉处理**

13.顾客为什么会投诉

14.物业投诉的定义

15.物业投诉的分类

16.物业客户服务失误的类型

服务提供系统失误

顾客服务要求相应失误

员工不当行为所致失误

顾客不当行为所致失误

17.服务补救策略

预防

处理

学习

## 18. 物业投诉的处理步骤

奠定基调

诊断问题

心理分析

寻求方案

达成共识

总结回顾

跟进完善

## 19. 投诉处理关键技能

认识到投诉处理的重要性

如何平息顾客的技能修炼

投诉处理禁言

平息顾客愤怒“法则”

本模块的讲解主要是实操，中间会有很多物业管理案例和视频等学习手段

## **第五章：万科客户服务体系分享-万科客服“五步一法”分享**

20.第一步：认识客户

21.第二步：理解客户

22.第三步：帮助客户

23.第四步：理解客户

24.第五步：感动客户

25.重要法则：成就客户

中间穿插万科物业实际案例。

## **第二部分：物业纠纷管理实操**

### **第一章：物业管理案例处理**

26.物业管理费类案例分析

因物业公司的过错致使业主不缴纳物业费案例

以物业服务不到位为由拒不交纳物业费案例

以无人居住为由拒不交纳物业费案例

业主和物业使用人对物业费的交纳争议纠纷

以未签订物业服务合同为由拒不交纳物业费的

## 27.小区盗窃引发纠纷案例分析

业主家中财务被盗引发的物业纠纷

物业前台过失泄露业主信息导致业主被盗

物业员工盗窃

巡逻安排不合理导致业主家中被盗

## 28.车辆管理纠纷案例

车辆被盗案例

月卡过期阶段导致车辆被盗案例

停车卡遗失，导致车辆被盗案例

高空抛物，车辆被砸案例

## 29.设施设备管理导致纠纷

井盖导致的业主受伤案例

物业管理公司擅自改变公共建筑和公共设施的用途引发的物业纠纷

业主擅自占用共用部位引发的纠纷

业主擅自改变房屋的使用性质引发的纠纷

小区内因共用场地的使用而引发的法律纠纷

拆灯泡引起业主受伤案例

公共设施伤人案例

## 30.装修管理案例分析

## 31.电梯事故案例分析

## 32.特殊侵权引发的纠纷

33.在物业管理中未尽到注意告知警示义务而引发的物业纠纷

## 34.养狗导致纠纷

## 35.晨练导致的纠纷

## 36.小区外环境导致业主投诉案例

### 37.员工服务不到位或者侵权引起的物业管理案例

## 第二章：物业纠纷类案例处理思路

1.精通掌握物业管理公司权责体系与边界

2.精通掌握案例关系主脉

3.站在提升客户价值角度考虑解决方法

4.服务态度与手段务必没有瑕疵

5.灵活务实处理问题

6.培训并授权一线员工

(参加本次学习的学员，每人赠送一份《万科集团物业服务案例集锦》，里面涵括历年万科物业真实发生的 395 个物业管理精品案例，每个案例包含案情、分析和案例启示三部分组成，涉及物业管理各个领域，是一本不可多得的物业管理宝典)