

如何打造良好的企业“服务力”

课程背景

2020 年对物业行业来说，是极其特别的一年。一场前所未有的疫情考验着全国所有的物业服务企业，这场突如其来的疫情也在检验着各个物业服务企业的服务能力。通过疫情期间的管控和服务的提供，各物业服务企业的服务力高低立见，许多的企业在这场没有硝烟的战争中呈现出了企业较强的管理能力和极高的服务水平。物业管理企业在不同的阶段企业有不同的发展特征，但“服务”作为企业根本的地位始终不变。而所谓的物业服务企业的服务力，其实是指物业服务企业的核心竞争力。随着中国的经济从传统的产品经济进入到服务经济，服务开始与企业的生命线紧密联系，越来越多的企业已经把“服务”当作一个品牌来进行打造，如何打造出具有竞争力的服务品牌也早已成为了众多企业关注的核心。一个企业是否具备好的服务力，其最直观的体现是可以通过在市场上的竞争能力来检验的。好的服务力来源于企业客户对企业的认可即客户满意度，物业服务企业所提供的服务只有在得到了客户的高度满意和认可，才能形成良好的市场口碑，从而赢得更多的市场。

课程收益

1. 了解服务力基于一个物业服务企业的重要性；
2. 解读物业服务企业如何通过产品的输出，呈现良好的服务力。
3. 通过实际案例分析、讨论讲解百强企业服务力现状，以及服务力在行业发展的各个阶段中的不同意义和作用。
4. 深度剖析服务力的构成以及物业服务企业在运营管理中应当如何做好服务力提升。

课程对象

物业服务企业中高层管理人员

DAY1:9:00-12:00

案例讨论：这次疫情中为什么对物业管理服务企业的评价褒贬不一？

第一讲 怎样理解物业企业的服务力

- 1、什么是企业的服务力？

案例讲解：百强企业的服务力体现

- 2、物业企业的服务力的主要体现形式和渠道。

案例讨论：解读在行业各发展阶段，物业服务企业对服务力的理解与实施情况

DAY1:14:00-17:00

第二讲 物业服务企业中的服务产品化

- 1、什么是服务产品化？

服务产品化可以实现更好的内部管控，可以推进品质的实现。

- 2、服务力的构成

标准、组织、机制、技术、创新

案例讲解：知名企业的服务产品化实施情况

第三讲 服务力的发展与革新

1、服务力的革新？

服务力的提升其实是对综合的产品提供能力的一种确定与发展

标准：从单一到细分；服务：从粗放到精细 技术：从噱头到落地

组织、内部管理和运作机制、服务产品的技术、平台和伞商业模式、服务产品的创新

2、如何提升企业服务力？

通过六个维度来评估物业服务企业的“服务力”

标准搭建、人才组织、机制保障、技术应用、服务创新、延伸服务

实际案例会在课程中穿插讲解