

注重沟通 一切方便居民

三大法宝 让居民更省心

在郑州物业服务整体水平不高的今天,帝湖物业先行一步,擅用“前期介入、后期监督、针对服务”这三大法宝赢得口碑。

卢利军坦言,作为开发服务的延续,帝湖物业从项目规划设计之初便早早介入,对项目的节能减排、材料选用,甚至对户型设计等方面提出合理化建议,一经论证,必须整改。

不仅如此,物业公司还扮演起工程质量的监督者和审核者的角色,据卢利军介绍,帝湖花园的任何一项工程付款,都要有物业的签字,质量不达标,施工方永远拿不到钱。

他笑称物业就是“守门员”,谁都可以踢问题皮球,但球永远不能入居民的网。帝湖物业就是要在看不见、摸不着的环节上下工夫,让居民入住后更省心。

为了方便居民生活,今年7月,帝湖物业在沿湖最好的地段设立社区联合中心,联合客服、派出所、医疗……为居民提供“一站式”服务。

注重沟通 构建多彩帝湖

好房子是住出来的,丰富多彩的社区文化提升了居民对帝湖的归属感,营造了和睦的居住氛围。

卢利军介绍说,帝湖物业定期组织大量的主题活动,如沙滩排球赛、钓鱼比赛、文艺晚会、电影节、戏曲晚会等。平时也会注重结合社会力量,组织消防常识、医疗服务等活动入社区,居民经常能享受到丰富多彩的文化大餐。

为便于沟通,物业定期编写《帝湖务实》内刊,与居民进行零距离沟通,其中《小编探班》栏目及时解决居民反馈意见,深受居民称赞。

“理解的前提是了解,因为了解才会更理解,这样帝湖才会更和谐。”卢利军告诉记者,在烟波浩淼的帝湖,享受到如沐春风的服务,创造出五彩斑斓的生活,这是我们的目标,也是我们的祝愿。

“对项目开发而言,物业公司扮演着监督者和审核者的角色。对居民而言,我们又扮演着后勤保障员的角色。事实证明,“大物业、小开发”的模式才会让居民更加受益。”

——郑州帝湖物业管理有限公司董事长 卢利军

“我给“客服部”下的定义是克服困难的部门。我们永远坚持用最短的时间、最快的速度,圆满完成公司下达的任务。”

——郑州布瑞克房地产开发有限公司副总经理 高连华

注重效率 今日事今日毕

2009年,对高连华而言颇不平常,伴随着帝湖花园的坎坷前行,直至柳暗花明,他深知效率二字对于公司意味着什么。

东王府炸楼事件过去两余载,但其中的伤痛一直萦绕在他的心中,对于客服中心而言,高连华一直要求他的团队要将时间观念放在第一位。他告诉记者:“效率高了,才能抓住商机,否则不仅商机稍纵即逝,也有可能造成不可挽回的损失和影响。”

在平时的工作中,高连华要求他的团队注重品质服务,加强合理沟通,所有营销前手续都要迅速办理,办理预售证不能超过一周。而售后居民产权、土地证的办理也要及时有效,要让居民买得放心,住得安心。

默默耕耘 争当“勤务兵”

严于律己,默默耕耘,为挽回帝湖花园的形象,客服中心用责任赢得口碑,如今,东西王府2070套房子,已有1600多套顺利办下产权证。

谈及责任,高连华告诉记者,企业的责任应分为三块:一是社会责任,能多交税收,减少不安定因素;二是企业责任,帝湖没有裁员,稳步发展;三是员工责任,我们没有减薪减福利。具体到客服中心的责任,他朴实地说:“‘客服部’就是克服困难的部门。客服中心扮演着‘勤务兵’的角色,我们永远坚持用最短的时间、最快的速度,圆满完成公司下达的任务。”

面对即将来临的2010年,高连华信心满满地说,明年将把所有的遗留问题处理完毕。我们还将对员工进行培训,进一步提高服务质量和办事效率。希望居民住在帝湖就是度假的开始。



默默耕耘 争当“勤务兵”

重现辉煌 我们心存感恩

口碑相传 我们心存感恩

采访董政是从感动说起的,今年7月8日,我们见证了帝湖王府盛大开盘并热销的景象,殊不知,帝湖老业主也在幕后积极筹备着。

董政告诉记者,开盘当天,帝湖居民出钱买来条幅,购置了焰火,自发布置晚会,欢迎新业主,这种浓浓的家的氛围让人动容。

正是这种融洽的居住氛围,让帝湖花园再度受到全城注目,董政告诉记者:“我们的销售中,有70%是老业主推荐和重复购买的,开盘当天销售过亿,这让我们收获了信心,收获了感动。”

感恩的心,赢得感动。谈及责任,董政表示,有责任的企业,才能建造宜居的房子。只有把老业主维护好,关心他们的生活,才能做好项目。

责任营销 彰显帝湖价值

“是金子总会发光的。”对于帝湖花园经历的坎坷,董政不愿多讲,总是一笑了之。

身处第一线,营销中心时刻代表着公司的形象,这要求他们更热情、更加专业。董政坦言,对此,营销中心坚持“三不原则”,那就是不隐瞒、不虚假、不浮夸,我们会踏踏实实地把产品介绍给客户。

企业责任不仅让客户受益,也赋予了员工归属感和主人翁精神。据了解,帝湖花园半数以上售楼员,从项目开发之初便跟随帝湖,已6年了。董政坦言,我们给客户的每一次承诺都会落实到位,我们希望通过口碑来提升帝湖价值。

谈及目标,董政感言,希望帝湖重现辉煌,再创佳绩,继续引领郑州西南板块成长。希望帝湖花园,真正成为中原人民五星级度假生活乐土。

“有责任的企业,才能建造宜居的房子。营销中心坚持“三不原则”,那就是不隐瞒、不虚假、不浮夸,我们会踏踏实实地把产品介绍给客户。”

——郑州布瑞克房地产开发有限公司营销总监 董政

“对工程部而言,责任是天,我们凭借过硬的技术和精益求精的态度,时刻对进度全程把控,目的就是要为郑州市民交一份满意的答卷,把帝湖丢掉的形象挣回来。”

——郑州布瑞克房地产开发有限公司开发中心总经理 孙宏亮

严格把关 工程质量过硬

质量责任重于泰山。孙宏亮深知这句话的深刻涵义,帝湖花园工程巨大,任务繁重,为保证工期圆满交付,开发中心一直以“从严、从高、从快”要求自己。

孙宏亮表示,以鲁班精神打造优质帝湖工程,用环保理念创建绿色文明工地,是帝湖花园的目标,我们一直为此不懈努力。

为此,开发中心一手严抓质量,一手强化安全。与细微之处现功底,孙宏亮告诉记者,帝湖花园施工注重小细节,实际钢材用量、水泥标号、门窗安装、水电路安全都得严格把控。另外对监理的要求也特别严,时刻对进度全程把控。

用他的话讲,品质是获得信任的砝码,是竞争制胜的关键,是永无止境的追求和尊严的起点。

再创佳绩 提升帝湖价值

质量是企业生命,质量是企业发展的动力,质量靠全体员工去保证。

与其他项目相比,帝湖花园在保证工程质量上有着自己的优势,孙宏亮坦言,我们的优势是,充分发挥员工的积极性、自主性和能动性,鼓励创新。为此,我们的员工带病工作,周末不休息早已是家常便饭。

帝湖之于郑州,以其优越的自然环境先拔头筹,孙宏亮认为,拥有绝佳的自然环境是种优势,更是一种责任。

2010年即将来临,孙宏亮表达良好祝愿,“但愿人常在,帝湖更长久”,我们有责任、有义务创造一个“自然、和谐、互动、优美”的帝湖。



责任是天 品质赢得信赖