

浅议物业管理中的营销创新

文/苏爱艳 张萍

一、以顾客需求为导向，树立现代营销观念

目前多数物管企业，只是以开发商的项目为支持，以纯粹的物业管理为主业，对业主提供很有限的服务，一方面业主很多方面的需求得不到满足，另一方面企业自身的利润得不到保障。因此，企业应在完善的物业管理的基础上，推出有特色的物业项目，主动去迎合消费者还未得到充分满足的需求。具体有：

1. 开办商务中心

随着竞争的加剧，人们普遍有了危机意识，工作时间已由上班延伸到了班下，办公场所也由办公室延伸到了家里，也有一些性质比较特殊的工作，完全可以实现在家里办公，这样就产生了对打字、复印、扫描、传真、上网等业务的需求，商务中心的开办，就能很好的满足消费者这些方面的愿望。

2. 开设家庭服务项目

生活水平不断提高，家庭的个性化需求日显突出，很多家庭希望从繁杂的家务劳动中解脱出来。

3. 设立物业小餐桌

孩子的事永远都是家长的头等大事，孩子的吃、穿、住、行、教育等每一样都时时刻刻牵动着家长的心。

4. 提供健康方面的服务

生活节奏不断加快，工作压力增加，健康问题已经成为不可忽视的重要问题。加上社区里大量的老年性人口，物管企业可以考虑为业主提供紧急救助、与医院合作定期体检、优惠医疗等服务。

二、整合企业资源，努力降低成本

目前物管行业普遍存在低水平重复建设的现象，大量小而全的物管企业造成资源配置极不合理、资源浪费严重。如何整合企业资源，努力降低成本，成了很多物管企业的当务之急。

1. 资产重组

物管行业中，不管是多小的企业，组织机构俱全，造成人财物的极大浪费。可以通过资产重组的方式，利用兼并、联合、改组、改造、收购等手段，将资源优化组合，实现专业化、规模化经营，实现企业的资本扩张，形成跨地区、跨行业的大型物业管理集团。

2. 将管理和服务职能分离

物管企业中的管理职能主要体现在对各类物业、各类服务、物业项目、物业维修基金的使用、档案资料等方面的专业管理，服务职能主要体现在对业主、维修、保安、保洁、绿化、接待、应急、延伸等八项专业服务。管理和服务职能相分离，将专向服务委托给专业化公司，有助于企业集中精力搞好专业管理，不断发掘业主的需求，从而为业主提供更完善的服务。

3. 努力降低人员成本

目前物管行业仍属于劳动密集型行业，人员成本开支在支出总额当中占的比重非常大。降低人员成本开支又不影响员工的工作积极性，最好的方法就是采取激励型的薪资制度，通过薪资策略吸引和保留关键人才，通过调整那些替代性强的人员的薪资水平，达到节省人工成本的目的。

三、增强品牌意识，提升企业形象

品牌是企业的无形资产，但目前很多国内的物管企业都忽视了品牌的塑造。物管行业是微利行业，若想在竞争中占据有利地位，增加企业盈利能力，只有通过提升企业的知名度、向市场提供优质的服务产品、扩大市场份额来实现，要做到这一点，就必须注重企业自身的品牌建设。

1. 注重创新

创新是塑造良好品牌的基础和前提，缺少创新意识的企业，不可能塑造出强有力的品牌形象。创新涉及到企业的方方面面，既要考虑在战略上有所突破，强调服务理念的创新，从提供的服务来看，也要注重创新，提供个性化的服务以及高超的服务技能。

2. 实行业主满意度追踪

努力做到使业主非常满意，使其提供的服务的使用价值高于业主的期望价值，这样有利于塑造良好的企业形象，加速其品牌传播。物管企业可以通过印发意见表、设立建议箱、开设质量服务电话等方式了解在管理或服务过程中需要改进的地方；也可以通过座谈会、致电、上门了解等方式

掌握业主满意度情况。

3. 提高物业服务质量

服务质量是物业品牌的载体，良好的品牌形象离不开优质的服务，因此物管企业应端正经营作风，树立“服务第一”的经营理念，增强全体员工的服务意识，努力提高其自身素质，为业主提供高质量的服务。

4. 品牌宣传

品牌建设中宣传推广也很重要。企业可以通过各种媒体进行广泛宣传，力争在较短的时间里形成一定的知名度；也可以策划一系列的公关活动，形成新闻效果；或通过与一些文化机构等组织文化交流活动，来全力宣传品牌及企业形象。

四、开展关系营销，处理好各方关系

关系营销是对企业经营过程中涉及的各种关系加以整合、利用，通过构建一个和谐的关系网，以其达到良好的营销效果。物管企业要注意处理好与以下各方的关系：

1. 建立良好的员工关系

处理好内部员工的关系是企业处理好与外部各界关系的前提。要做到尊重和信任员工，应积极开展各种活动，吸引全体员工参加，增进员工对企业宗旨的了解，增强员工的主人翁责任感。

2. 加强与业主的沟通

充分发挥业主委员会的作用，加强与企业之间的交流，使之能有效地配合企业做好各项服务，共创良好的生活环境和工作环境。

3. 争取新闻媒体的支持

努力密切与新闻界的关系，争取得到新闻媒体的支持，对企业及产品进行宣传报道，引导公众对企业形成良好的印象，增强企业的竞争力。

4. 同开发商建立良好的双向沟通

物管企业要通过一系列具体的营销措施，与开发商应进行有效的双向沟通，努力推进与开发商的良好合作关系。使物管企业能有效地参与到物业的规划设计阶段、开发阶段、验收阶段，为日后的物业管理及服务打下坚实的基础。

5. 加强与政府部门的联系

政府是业主利益的最高代表，物管企业在经营过程中要受到政府部门的监管，物管企业必须规范自身的行为。同时物管企业也应承担一定的社会责任，加重同政府部门建立关系的力度和广度（作者单位：河北建材职业技术学院）

相关链接

浅议物业管理中的营销创新
关系营销的推广与应用
看当代营销的渠道策略新思路
我国会计师事务所营销策略浅探
顾客资产管理：营销理论的新发展
浅谈我国童装市场的品牌营销策略
汽车营销风险的形成机理及管理对策
论寿险个人代理营销的困境及改革措施
数据仓库技术在烟草营销管理系统中决策分析的应用

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心