

# 2017 年物业管家平台运作方案

## 目录

|                    |    |
|--------------------|----|
| 一、多种经营介绍.....      | 2  |
| 二、试点操作手册.....      | 7  |
| 三、861 实操阐释.....    | 8  |
| 四、成功判断标准.....      | 10 |
| 五、十二条实施纲要.....     | 11 |
| 六、老旧社区操作方案.....    | 12 |
| 七、零物业费实现的数据支撑..... | 14 |
| 八、内局部配机制.....      | 15 |
| 九、业主互动方法.....      | 16 |
| 十、卧底业主管理方法.....    | 18 |
| 十一、招商方法.....       | 19 |
| 十二、业主数据库管理方法.....  | 21 |
| 十三、目标责任书模板.....    | 23 |

## 一、多种经营开展方案介绍

## 一、 多种经营模式：

依托物业与业主互动的六大环节通道，把物业效劳和商业效劳揉成管家效劳，推给业主：提高物业效劳质量，拓展物业盈利空间。

## 二、 适用范围：

物业所辖范围内管理和参谋工程。

## 三、 效劳团队：

3.1 各效劳中心团队；

3.2 供给商效劳团队；

3.3 客服中心运营管理团队；

## 四、 业主效劳通道搭建和维护方法：

### 4.1 产品定位调研环节

调研目的：建立和完善业主需求数据库；

执行主体定位：

4.1.2.1 各物业效劳中心团队收集业主需求，完善调研表单，详见附件；

4.1.2.2 供给商合作单位提交《效劳性价比调研表》，总评适合满足业主需求；

4.1.2.3 运营管理部协助审核各物业效劳中心团队和供给商合作单位提交的调研数据，出具评估意见，确定多种经营效劳内容；

4.1.2 调研工具：录音笔和设计好的话术

4.1.2.1 流水线管理调研信息采集过程，把录音、主持、整理细分不同人员操作，降低操作难度；

### 4.2 推广互动宣传环节

4.2.1 线上互动形式

4.2.1.1 线上四大类：短信、微信、APP、 ；

4.2.1.2 线上互动频次：短信根据情况定制发，微信操作见附件，启动业主 APP， 1 次/天，每月覆盖一次；〔结合数据，相关信息只发给相关业主〕

4.2.2 线下八大类互动形式：

4.2.2.1.1 线下互动形式包含海报、公告栏、条幅、社区活动〔公益日、社区文化活动等〕、地推、上门拜访、座谈会、电梯停车场相关社区广告；

4.2.3 线下各管家效劳工程推广形式：

条幅悬挂、海报、户外公告栏设施建立与维护；手绘海报培训〔笔和纸〕

便民效劳卡的制作；“五省及八大管家内容”；

物业费代金券的设计与制作；

五个一工程：每天一次业主拜访、每天一次业主 拜访、每周一次公益日活动，每周一次座谈会活动、每周一次经验分享会；

业主无效 号码清查开展；

运作卧底业主操作方法；

4.2.3.6 家庭才艺比赛、广场舞比赛、厨艺比赛、足球队羽毛球队和乒乓球队以及太极拳队筹备；

4.2.3.7 业主报和业主管家效劳手册的运作，样刊与招商与发行

4.2.3.8 线上互动与线下推广双管齐下，满足业主日常需求；

### **4.3. 体验尝试筹划环节：**

4.3.1 体验尝试已经成为推广产品和效劳的一种有效手段，它关注业主在消费前、消费中、消费后进行全过程体验。是解决叫好不叫座的主要手段；

4.3.2 体验尝试环节三个阶段

4.3.2.1 消费前：通过前期亮点式宣传，使业主对产品或效劳有所了解，在心中留下较深刻印象；

4.3.2.2 消费中：通过业主亲身尝试、免费体验产品或效劳，产生好感，并通过互动使业主认可；

4.3.2.3 消费后：通过体验后的互动，加强业主对产品或效劳的依赖，促使其再次消费；

4.3.3 体验尝试环节要点：首先去影响那些本身就具有影响力的人，通过体验尝试迅速产生口碑传播效应；

### **4.4. 支付交易结算环节：**

4.4.1 核心：各物业效劳中心控制交易流，最大程度防止跑单现象；

4.4.1.1 物业实行代收代开，躲避自身风险；

4.4.2 支付形式：满足不同支付需求的业主；

4.4.2.1 现金；

4.4.2.2 刷卡；需要办理刷卡设备；

4.4.2.3 转账（微信支付或转入公司账户）；

4.4.2.4 挂账（月结）：对于业主亲属所发生的产品或效劳的消费，可通过挂账机制实现先消费后付款的便民效劳，增强业主对物业的信赖并激发消费欲望；

### **4.5 品控效劳保障环节：**

4.5.1 品控阶段：充分利用与业主的互动渠道；

4.5.1.1 消费前：通过调研，了解业主诉求，优化效劳细节；

4.5.1.2 消费中：通过消费过程中的互动了解业主对产品或效劳的感受，为现场操作提供经验；

4.5.1.3 消费后：通过消费后的互动，了解业主整体满意度，采取积极策略促使其再次消费；

#### 4.6 诚信售后回访环节：

4.6.1 诚信机制：是达成复单消费的最有力手段；

4.6.1.1 理赔措施保障业主根底忠诚度；

4.6.1.2 通过亮点，惊喜，促使业主成为忠实粉丝，促进再次消费；

### 五、效劳定位（多种经营效劳内容筛选）方法：

5.1 执行主体：各物业效劳中心、供给商合作单位、运营管理部；

5.2 调研方式及内容：

5.2.1 各物业效劳中心团队： 、拜访、座谈会、收发快递、公益活动、卧底业主、微信业主好友收集相关业主信息，详见附件调研表单；

供给商合作单位：提交《效劳性价比调研表》

运营管理部：审核各物业效劳中心团队和供给商合作单位提交的相关调研资料，出具评估意见；

5.3 综合评估：运营管理部多种经营专业通过数据分析，对供给商合作单位进行筛选，完成业主需求定位及效劳产品定位；

5.4 推荐多种经营效劳范畴，以供筛选：

5.4.1 旅行管家效劳

包含有： 国内游、出境游、自驾游、自助游、旅游特产及工艺纪念品五项；

5.4.2 车管家效劳

包含有：学车、修车、买车、审车、保险、违章处理六项具体效劳；

5.4.3 房管家效劳

包含有：房屋中介、装修两项具体效劳；

5.4.4 理财管家效劳

包含有：代缴费、小额互助基金两项效劳；

5.4.5 养老管家效劳

包含有： 体检、家庭矛盾纠纷、养老保健、陪聊、业余爱好老年大学五项；

5.4.6 配送管家效劳

包含有：节庆团购、日用品配送、快递最后一公里三项具体效劳；

5.4.7 家政管家效劳

包含有：钟点工、护理、水电暖气管道、家居家电维修、废品回收置换五项

#### 5.4.8 教育管家效劳

包含有：补课、业余爱好、问题少年、就业、志愿者五项具体效劳

### 六、供给商管理方法：

6.1 依据初步筛选的效劳定位范畴筛选并完善供给商数据库；

6.2 各供给商应将提交资质材料复印件备案，如相关资质过期应及时更新，否那么列入黑名单；

6.3 每季度第三方业主满意度调查中对供给商进行评估，如不符合要求，发整改通知书，如在整改期内未完成整改，那么暂时取消供给商资格，待整改完成后方可继续合作；如连续两次在满意度调查中不符合要求，那么取消合作资格；

6.4 每年对供给商给予重新评估，不符合要求予以淘汰；

6.5 对高信用级别的供给商给予相应优惠政策；

---

## 二、861 运作试点操作手册

一、861 的意义：更好地开展管家效劳的，为物业行业脱离物业费打造新的渠道；为产销对接探索模式，降低社会流通本钱；为政府助推社区民生效劳，打造管家式效劳，实现平台运作的最终目的；

二、861 的核心：立项招商控商为 8，疏通效劳环节做好调研互动体验和效劳品质为 6，做好物业、商家团队的分工分配监督配合为 1；861 同步进行，不分时间先后，对于 861 每一个环节要心中有数，做好统筹安排；

三、861 的具体步骤：

1、第一阶段：〔20 天〕

1——

A、因为全员皆兵，核定楼盘或者物业管家效劳领头人，对其核心团队进行培训，然后由其给下属团队进行培训，培训教材①《零物业费践行 100 问》《861 阐释》

B、通读零物业费践行 100 问，充分讨论提问和考核，务必使大家有第一印象；

C、零物业费概念仅仅是对团队内部，对外全部是管家效劳，无论从哪些迹象都不能让业主看到或者听到零物业费四个字；

D、利益分配方法培训，包括零物业费数据支撑，课件②《利益分配方法》③《数据支撑》，其中后面一个不用给操作层面培训；工程负责人签④《目标责任书》

8——

A、立项：指的是物业开展什么的管家效劳工程，第一阶段向业主调研是来不及了，条件好的也可以迅速抓几个业主和老物业员工做一次座谈会；按照 861 阐释内容，在期间筛选几个试运行工程，这个标准是要和执行团队讨论后制定的；

B、每周一次不同主题的招商会；

C、配送管家效劳见课件⑤《配送管家台账表》

6——

A、调研表的设置，没有数据库，没方法分析管家效劳的客观性；而表格的设计包括调研的内容也是阶段性的；如何搞定数据库，见培训课件④《业主数据库操作方法》，

B、课件主要有⑤《业主调研表》、《快递收发调研表》、《上门拜访调研表》、《拜访调研表》、《客服接待调研表》，《业主上门接待调研表》，《座谈会调研表》，《公益活动调研表》，《卧底业主资料调研表》《业主微信好友调研表》

C、调研时尽量靠录音笔统计整理；严禁让业主填写；〔资料整理不过夜原那么〕

D、建立公司微信客服号，不设群，备注好友，培训见⑥《微信业主好友操作方法》，但是设置商家群；见培训课件⑦《业主互动方法》

E、条幅悬挂、海报、户外公告栏设施建立与维护；手绘海报的培训〔笔和纸〕

F、便民效劳卡的制作；“五省及八大管家内容”；物业费代金券的设计与制作；

G、五个一工程：每天一次业主拜访、每天一次业主拜访、每周一次公益活动，每周一次座谈会活动、每周一次经验分享会；-

K、业主无效号码清查开展；运作卧底业主，课件⑧《卧底业主操作方法》

L、家庭才艺比赛、广场舞比赛、厨艺比赛、足球队羽毛球队和乒乓球队以及太极拳队筹备；

M、业主报和业主管家效劳手册的运作，样刊与招商与发行；见附件⑩

老旧小区操作见附件 11《老旧小区 861 模式运作方案及附件》

### 三、社区业主效劳落地实操 861 系统阐释〔69〕

#### 8 指的是业主效劳产品八大管家：〔33〕

一、旅行管家

包含有：

国内游、出境游、自驾游、自助游、旅游特产及工艺纪念品五项具体效劳；5

二、车管家

包含有：

学车、修车、买车、审车、保险、违章处理六项具体效劳；6

三、房管家

包含有：

房屋中介、装修两项具体效劳；2

#### 四、理财管家

包含有：

代缴费、小额互助基金两项效劳；2

#### 五、养老管家

包含有：

体检、家庭矛盾纠纷、养老保健、陪聊、业余爱好老年大学五项具体效劳；5

#### 六、配送管家

包含有：

节庆团购、日用品配送、快递最后一公里三项具体效劳；3

#### 七、家政管家

包含有：

钟点工、护理、水电暖气管道、家居家电维修、废品回收置换五项具体效劳；5

#### 八、教育管家

包含有：

补课、业余爱好、问题少年、就业、志愿者五项具体效劳5

## 6 指的是业主效劳六大通道：（27）

### 一、产品定位

包含有：

业主消费调研、市场商家调研两项内容；2

### 二、沟通互动

包含有：

线上4大类互动、线下八大类互动内容；12

### 三、体验尝试

包含有：

消费心理调研、营销筹划执行两项内容；2

### 四、支付交易

包含有：

现金、刷卡、挂账、转账、红包五项内容；5

### 五、品质保障

包含有：

物业效劳标准化、商家效劳标准化、平台效劳标准化三项内容；3

### 六、诚信售后

包含有：

数据库管理、回访互动、满意不满意数据分析三项内容；3

## 1 指的是大效劳团队：（9）

### 一、物业团队

包含有：

高层团队标准化、中层团队标准化、基层团队标准化三项内容；3

### 二、商家团队

包含有：

高层团队标准化、中层团队标准化、基层团队标准化三项内容；3

### 三、平台团队

包含有：

筹划指导团队、推广客服团队、分工分配监督团队三项内容；3

## 四、861 模式成功判别标准

861 工程这个践行标准的价值就是 861 的落地；的实施是零物业费践行主要手段，一种模式的成功在于它的价值，

而对于 861 来说，是 8 和 6 和 1 分阶段实施的；

对于 8，只要其中有两个随意挑选的管家效劳工程经常运作，适合不同物业楼盘的开展，就已经达成目标；

对于 6，必须保障 10 种以上的业主沟通渠道建立，当然还有团队内部的沟通；对于六大环节，不能出现断层和缺少环节，否那么就是践行的失败；

对于 1，要求不能太高，否那么这个 1 落不了地，最后没人能执行 861，当然也不算践行的成功；

践行不在意是否赚了多少钱，但是必须保障每个工程每天最少一元钱的收入，并且这个收入要保持良性的持续性，否者也是失败；

践行不在意有多少盘子参与，但是最少要由六个社区左右的盘子论证；

## 五、861 工程十二条实施纲要

### 一、什么是 861？

1、8 指的是八大管家效劳，包括车管家、房管家、旅行管家、教育管家、养老管家、家政管家、配送管家和理财管家；

A、这八大管家是经过八年六个城市近百个楼盘物业多种经营实践优化的效劳工程；

B、这些都是较为适合物业行业转型起步的效劳内容，适合大多数楼盘社区；



C、八大管家不是一下子全铺进试点楼盘的，根据楼盘调研数据逐步落地的；  
（调研实施参考《物业管家效劳 72 套调研表》）

D、每项管家效劳内容也是根据突破口开始的，如养老管家就从陪聊开始；

2、6 指的是业主六大环节效劳通道，包括效劳定位、互动宣传、体验尝试、便捷支付、品质保障和售后诚信；

A、六大通道适合所有管家效劳，适合所有类型楼盘；

B、能有力的推动传统物业四保效劳；为四保专业化奠定根底；

C、需要大数据作支撑，辅助各类型的调研数据互动录入；这个也是渐进的；

D、六大环节是串联的，缺一不可，并且环节之间互通有无，不是孤立的；

E、每个环节是逐步完善的，不是一步到位的；

3、1 指的是一个大效劳团队，包括平台团队、物业团队和商家团队；

A、861 实施不需要太高要求的团队，根本是按照操作说明最低标配开始的；

B、平台团队主要由谈判、筹划、客服三个局部组成；

C、物业团队指所有物业人员，不是指空降兵，也不是指局部物业经营人员；

D、团队操作 861 实施主要依照的是 69 套操作手册作指导；操作手册作为效劳界点保障效劳完成的同时，留有当地化完善空间；

二、为什么叫工程？

1、861 实施涉及到的方面很多，需要系统配合才能完成；

2、861 实施有不可预料的变数干扰，操作手册充分考虑了期望值管理；

3、环节管理和进度管理相互配合，依靠优化取舍最终保障过程的持续进行；

4、对于平台团队职业规划不低于 30 年；

5、861 实施会直接推动不少于三大行业的转型；

三、861 未来的前景？

1、解决了物业依靠物业费的困惑，响应互联网跨界资源运用的号召；

2、解决了流通行业环节太多问题，解决最后一公里问题，真正到达产销对接；

3、躲避了大局部创业者十年后二次创业的为难与艰辛；

4、为政府实行农村城镇化城镇社区化社会管理提供大量支持；

5、引导互联网行业和资本行业便民接地气做实事的走向；

四、参与 861 合作者具备的条件？

1、比照当前各类模式的优劣，找准自己或机构的开展定位；

2、临渊羡鱼还是退而结网？贪欲享受还是做点安心的事业；

五、861 和目前行业转型其他模式区别？

1、政府救市模式

A、市场的事情政府只能政策干预，社会在急速良性开展；

B、市场能自救的事情政府不会傻乎乎乱点鸳鸯谱；

C、政策都是市场行业引导行为成熟之后的事情；

2、资本救市模式

A、资本家要的是资本金，消费者和企业都是工具；

B、大局部 APP 是资本运作的主要手段；

C、短平快是资本市场的利器，是社会开展进步的阻碍；

3、等死等救兵模式

A、鸡头和牛后都是一样的活，活法不一样，选择活法是每个人的权利；

B、天上不会掉馅饼，没有白吃的午餐；

六、861 对平台团队要求有多高？

1、逐步完善的操作模式，期望值管理的运行要的是与时俱进的团队；

2、没有最好的团队，只有更好的团队；

3、跑不过市场的团队不害怕，只要领先同行即可；

4、老行业新观念；

七、861 对物业团队要求有多高？

1、团队根本稳定；

2、管理结构根本合理；

八、861 对资金要求有多高？

1、对平台资金要求仅限于团队和业务开销，不需要对行业投资；

2、对物业团队主要是团队优化，不涉及到资金投入；

3、对商家主要是效劳渐进标准化，投资不影响其自身规划；

4、对业主是有限的钱买到更多更好的效劳；

九、861 成功的标准？

1、六大环节通道成型；

2、八大管家盈利高于 50%以上物业费应收收入；

3、团队稳定，变化可控；

十、861 时间进度估计

1、第一个阶段：一个季度一个城市 30 个试点筛时间；

2、第二个阶段：三个季度试点标杆呈现时间；

3、第三个阶段：复制

十一、861 实施的前提条件？

1、一个城市 30 个千户社区参与试点运行；

2、试点楼盘管理团队不叫停不明显抵触实施；

十二、861 推行的最大障碍？

1、对 861 运作八大管家收益的质疑；

A、八大管家工程选择均是多年来优化挑选的，利润空间高易操作的；

B、有六大环节通道和团队作支撑；

C、优化各行业 30~70%的利润空间转化为物业效劳的 10~50%利润空间；

D、产销对接的利润空间为 20%交易额；

2、对物业企业试点团队参与程度的质疑；

A、物业企业对管家效劳多种经营不陌生，比照不同后会有选择；

B、物业投入不高，尝试本钱不高，风险几乎为零；

C、物业费收取现状，让局部物业企业别无选择；

D、两年的社区 020 市场化运作完成了物业领导的观念转型；

3、对于标准化操作手册执行力的质疑；

A、69 套标准化操作手册是八年优选而来的；

B、每套手册操作要求按照最低标配设计的；

## 六、老旧小区 861 模式运作方案及附件

一、背景

1、上世纪 80~90 年代建造的小区叫做老旧小区；

2、06 年以前局部小区缺乏管理的也叫老旧小区；

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/828143134127006116>

3、