

自带40万元进小区,路演时保安齐做俯卧撑秀体力,免费给业主送大米……

物业竞标的终极PK,原来这么拼

本报记者 任思思

今年3月,钱报报道了杭州小区的物业更换潮,越来越多的小区业主意识到物业服务的重要性,愿意提高物业费,让更优秀的物业公司进驻。

城东的钱江府是其中之一。小区业主对原物业公司颇为不满,业委会一成立,就加入了更换物业公司的行列。

经过公开招标,一共有7家物业公司参与钱江府小区物业竞标,经过筛选,绿城服务和龙湖智慧服务进入最后的PK。为了获得业主手中宝贵的投票,取得最终的胜利,上周末两家物业公司可谓拼尽全力,花式炫技,让业主大开眼界。



扫描二维码
赢楼盘地图

PK一:

龙湖自带41.8万元资金进场 绿城从25万元追加至40万元

钱江府业主没想到,过去都是物业公司想方设法通过服务的小区赚钱,但如今绿城和龙湖为表诚意,竟然争相自带资金进场,用来改善小区现有环境和设备,而带多少资金,也成了双方竞争的筹码。

一开始,绿城服务承诺自带25万元资金进场,用于小区设施设备、现场品质提升,该资金打入业委会指定共管账户接受监督。没想到,龙湖智慧服务所承诺的自带资金高达41.8万元,表示用于进场初期的开荒清洁、监控系统、智能门禁、业主APP等设备的投入。

原本,绿城服务作为本土大品牌物业公司,口碑较好,钱江府小区业主更偏向绿城,但一看到龙湖这41.8万元的诚意金,顿时提升了对龙湖的好感。当下就有一些业主表示,龙湖看起来更有诚意。

绿城服务一看龙湖这么大手笔,当即也决定将自带资金提升至40万元,和龙湖正面“杠”了起来。

绿城还详细公布了这些钱的用途,40万元自带资金中有15万元用于智慧园区平台接入,包括管理端设备、管理平台建立等,还有15万元将用于公共设施的提升改造,例如道闸、监控、电梯轿厢等,另外10万元将被用于园区内手推车、自行车充气泵、儿童椅、轮椅、婴儿车等便民物资,以及保洁绿化用到的清洁车、高压水枪、多功能擦地机等,还有一些日常工程维修用品。

绿城追加资金后,业主群里之前“倒戈”的业主,很多被拉了回来。

也有细心的业主发现,绿城服务追加的15万元,其实并不是现金。而根据“龙湖家书”所写,41.8万元现金将在物业服务合同签订后10个工作日打入业委会指定账户。

PK二:

路演时龙湖制作了“家书” 绿城搬来电视机放宣传片

公司上市要路演,物业公司的PK居然也要路演。绿城和龙湖在路演时都做好了功课。

上周六龙湖路演。龙湖特别制作了一本“家书”,发放给业主,里面介绍了针对钱江府小区做出的服务计划和承诺。例如消防系统、电梯设备的整改;设置24小时形象门岗;全面清理地下室、楼道等公共区域;以及对小区进行绿化、景观水系提升等。



“家书”中还展示了龙湖所服务的其他小区的实景照片。除此之外,厚厚的龙湖智慧服务介绍资料,精致程度堪比楼书。

第二天轮到绿城路演。绿城干脆搬来两台电视机,循环播放精心制作的宣传片,介绍园区智慧管理系统。另外,为了展现强大的气势,现场摆放的易拉宝和帐篷也比前一天的龙湖多了一倍。一大早就有业主在群里说:“绿城的布置比龙湖好。”

在绿城服务的易拉宝上,介绍了绿城园区活动计划,在接下来的每个月,都会有不同主题的社区活动,例如7月、8月的奇妙一夏,9月的电影节、12月的绿之恋晚会等等。并且,绿城展示的园区提升方案更加详细,例如业主最为关心的车库入口门禁缺失、电梯检测翻新以及非机动车随意停放等问题,都一一列出了解决方案。

“看到绿城的整改措施和服务承诺,我们小区要大变样了!”有业主在群里激动地说。

路演时所展示的物业服务详细方案,最能帮物业公司“拉票”。此前城北的九龙仓碧玺在换物业时,万科物业是候选公司之一,他们在路演时足足做了上百页的PPT,展示自己的能力。这一招也确实为万科物业拉到了票数,碧玺很多业主觉得万科物业是“正规军”。

PK三:

龙湖列队、义诊、磨剪刀 绿城保安集体做俯卧撑秀体力

绿城服务在钱江府路演过程中的表现,让业主大开眼界。星期一一早,小区内出现一群身着黑色制服的年轻小伙子,骑着炫酷电动平衡车,排成三角形队列,后面是两列纵队,喊着“一二一”的口号前行,步调整齐划一,颇有气势。他们都是绿城服务的年轻保安。

随后,绿城保安在小区草坪上秀了一套“军体拳”,还集体做起俯卧撑,引来业主阵阵掌声。这一方法非常奏效,业主们纷纷拍照发到业主群,大赞“绿城物业真是精气神十足”。

绿城服务还把绿城育华奇妙园的亲子活动搬到了现场,邀请了小丑气球表演,整个路演现场的气氛被烘托得火热,不知道的以为是一场热闹的市集活动。另外,在路演现场,业主还可以领取一袋大米。绿城服务还在当天为小区内70岁以上长者的家庭提供全屋电路检测的服务,将全年龄段业主照顾得面面俱到。

龙湖智慧服务路演时,也让龙湖保安整



上图:钱江府的路演现场活动丰富(钱江华府为备案名)。

中图:绿城保安在路演中操练,秀精神风貌。



下图:龙湖精心制作“家书”。

齐划一地列队站岗,还为业主提供义诊、磨剪刀的服务,但与绿城相比,稍处下风。

经过两天的路演,很多业主心里已经有了自己的选择。不管这两家大牌物业公司任何一家入驻,对于小区业主来说都是件好事。

有业主开心地说:“换个大牌物业,二手房的价格起码可以提升2000元/m²。”

记者手记

真正的好口碑 来自长期的优质服务

龙头物业公司的大战正在进行中,尤其是尚未上市的品牌物业公司,扩大规模的重要性不言而喻。超过1000户的小区,更是物业公司的必争之地,所以PK中他们使出浑身解数。

当然,路演只是物业公司集中展示自身实力和方式,想要真正让业主认可,还是要来自于之后数年的服务。因为业主依然保留换物业的权利,如果服务不到位,失去了口碑和人心,最终还是会被业主淘汰出局。

另一方面,业主对于物业服务越来越重视,并愿意付出更高的物业费,这就使得优质的物业公司能够参与到竞争中来,良币驱逐劣币,提升整体的服务水平。 任思思