# 品质提升方案从哪几方面着手 物业品质提升方案(精选14篇)

作者：神秘星球 更新时间：2024-04-02

*方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。品质提升方案从哪几方面着手篇一5、对小区内*

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**品质提升方案从哪几方面着手篇一**

5、对小区内实施的各项公共设施维护改造，都及时通过公示栏知会客户。

重点关注小区主干道、出入口和客户感受较明显的部位。

2、标准化外包单位现场作业流程和礼节礼仪，制定统一的培训课件；

7、全员片区化管理，划分责任区域，避免死角存在；

8、强调全体职员人过地净，要求安全固定岗负责方圆一百米的环境卫生，不能出现白色垃圾。

重点提升客户观感。

3、开拓思维，外出学习，在小区内做一些标志性的植物造型；

4、对路面左右草坪进行砍边、切边修饰；针对季节制定绿化养护计划，并落实到位；

6、每年制定乔木修剪计划，避免乔木过于茂盛而影响业主的日常生活；

7、为客户免费提供绿化养护知识的咨询，并对有需求的客户家中枯萎的花草进行施肥养护指导。

重点加强对乱停放车辆管理。

2、针对阳光新邸或大的区域进行人流分离管理，可加开原有消防通道；

7、收集社区周边汽车维修服务单位紧急联系电话，采购简易更换汽车轮胎工具并根据需要协助助更换汽车轮胎。

重点关注维修的及时性、收费合理性及返修率。

6、设置家政维修实操基地，强化技术人员专业技能提升；

7、研究家政维修量化考核制度，激励技术人员工作主动性；

8、家政维修人员根据社区客户家政维修的需求和家政量实行弹性工作制；

10、在维修任务完成后，主动咨询业主是否还有其他需求；

11、将社区周围家电维修服务电话制成小卡片，送给客户；免费给客户提供清洗空调过滤网，教客户节电小窍门等服务。

新业主，留下美好的第一印象。

1、销售现场场强化客户对物业感受，如雅居乐物业小故事、雅居乐物业dv的宣传。

2、销售现场场物业服务人员配置专业素养高的人员，使顾客感受到安心、贴心的服务，同时加强案场服务人员培训资源的投入。

3、在业主的入伙现场dv播放物业人员开荒时的场面，评估多家装修单位，供客户选择，以此感动客户。

4、入伙手续办理前后，客服人员发短信给客户，感谢并欢迎业主成为雅居乐业主，并告知其物业助理的手机号，方便后期服务。

7、将每月的管理费帐单及时通过电子邮件、短信或传真的方式发送给客户；

8、在节假日发短信祝福客户，举行大型社区文化活动时发短信通知客户；

9、保修期满前一个月，统一发短信提醒客户；

13、根据客户爱好不同，在举行社区文化活动时，主动通知客户参加；

17、每月进行‘经理接待日’活动有针对性的解决问题；

20、创办社区刊物，通过报刊搭建物业与业主的沟通平台；

24、每季度分片区举行客服人员恳谈会，交流经验，探讨疑难问题的解决办法；

25、定期开展客服人员内部换岗位体验及外部交流学习；

27、每月部门例会中，进行投诉总结分析，做好投诉预警；

28、每周召开部门例会时，将未及时完成的投诉分析原因，确定解决办法；

29、严格前台及监控中心客户报事登记工作，做到事事有登记、有处理、有跟进、有结果、有回访。

重点让业户充分感受我司服务。

1、针对原有配套设施的基础上，根据不同区域，配置相应设施，给于业户方便与惊喜。

2、针对不同客户的兴趣爱好开展，不同的活动。

3、建立业户生日资料，组织开展业户生日晚会。

4、联合地产或集团公司有效资源，组织开展相应的活动。

**品质提升方案从哪几方面着手篇二**

2008年是不同寻常的.一年,由美国次贷危机引发的金融风暴开始席卷全球,金融、能源、出口、制造等领域屡遭重创,全球股市跳水,企业大范围裁员……在这种严峻的形势下,我国客车制造业也开始使出浑身解数来应对金融危机:压缩投资,降低成本,实行区域性和差异化营销战略,以确保企业利润和扩大销售范围.

作者：吉学刚作者单位：刊名：商用汽车英文刊名：commercialvehicle年，卷(期)：2009“”(2)分类号：关键词：

**品质提升方案从哪几方面着手篇三**

一、服务标准的定位及介入点。

1、站在前沿制定切实可行的高标准。

2、重构服务规范。

服务标准有了定位。相应的服务规范也必须与之相匹配，高标准的服务，高标准的员工也就必须是高标准的服务规范。规范不是强硬的制度。也不是画地为牢的枷锁。规范是标准与准行业的约定。有了规范计划就有了依托。

3、研究项目特点。

服务标准的定位，服务规范的重构必须合乎项目特点。建筑风格符合客户的需求社会文化内涵的发展趋势。存在的遗留问题解决的渠道与办法。员工的架构模式职能部门的协调，软硬件的现状等。

4、计划站在未来看现在。

计划确实跟不上变化，所以计划的前瞻性十分重要。以未来的高度看待现实存在的问题，远大而不空旷。目标有了取向一切问题就有了切入点。

5、注重控制与结果。

再好的理念你不去执行也只能是一句空话。而执行的结果是什么，又必须监督控制。企业的好坏最终还是归结于经济效益、社会价值效益。

盈利创收不是1+1=?的简单问题公式。做大做强企业要有长远的构想与机制。打破固有的行为习惯，思维方式，创造性的发挥自己的经营空间。

二、物业组织架构模式。

1、架构金字塔服务梯形结构新构思。

金字塔塔尖放在那里，整个工程部组织结构我们认为就是一个服务体系。经理服务主管，主管服务领班，领班服务于员工，员工服务于客户。逐级管理逐级责任制，一级管理一级、每级都有职有权，在整个组织架构中基层员工要放在首要位置。他们才是金字塔塔尖。这样有利于激励员工追求进步，自我提升、完善。有利于培养人才，发现人才。在物业经营管理中注重的是效益是结果。服务梯形结构是服务观点的转变、规范、责任、控制、落实贯穿于整个服务环节中。

2、制度的完善，用人机制的规范。

用人机制的规范，制度的完善来之于新思维、新观念。物业管理是一项以服务为本质，以管理体现服务的工作。物业公司以经营为手段，以为客户提供优质的服务为宗旨，以经济效益、社会效益的综合统一为公司的经营目标。规范是企业发展的需要，制度是行为规程。吸收什么样的员工，架构什么样的组织形式。现有员工的整体素质能否适应服务客户的新趋势。领班、主管的录用，是聘任还是从基层员工中晋升。各自的职责是什么。各自的录用条件、前提又是什么?因此必须进一步完善制度、规范用人机制。

3、员工晋升与激励机制的重构。

奖优淘汰末位制。优秀的员工就应该给予更多的激励与关怀。比如：培训的机会、岗位调整的机会，奖金、荣誉证书。工资档次调高一档。抓典型，有效的激发团队精神的凝聚力。

4、原则与责任。

制定再好的服务标准，行为规范，操作规范制度，还必须要执行。执行中坚持原则，凝聚责任。形成一个部门的长效机制。工程部现有的人员架构素质修养、技术技能在许多地方都存在着原则与责任的问题。坚持原则的时候不坚持，做事流于形式缺乏责任感。

5、薪资与服务标准，技术技能、素质修养挂钩。

薪资与服务标准、技术技能、素质修养应该是成正比的。薪资提高了，聘任的员工就有了保障。服务水平、技术技能、素质修养自然也就上了一个台阶。工程部现在的情况是一刀切，薪资没有档次。服务水平、技术技能、素质修养高的员工拿不到相当的薪资。他们的工作激情、原则、责任也就会随波逐流，相对较差的员工更差，所以员工的晋升，薪资的分档设置势在必行。

三、物业的前期介入。

1、参与规划重视前瞻性、科学性、实用性。

物业企业对物业的前期介入越早，对日后管理水平越有促进。参与规划重视前瞻性、科学性、实用性，能使物业管企业增效增值。能使客户的投资在日后有相应的回报。前瞻性、科学性、实用性从物业管理使用的角度考查论证建筑结构。设备设施分布区布置绿化小品等的合理性。提出建议、整改方案。跟进落实情况以免日后接管出现差错。提高物业品质。如果工程已经竣工、设备已经安装，在发现问题也已无法改变。因此工程施工阶段提早介入是完全有必要的。对物业的结构、防水层、隐蔽工程、钢管以及管线材料是否具有耐久性、耐腐蚀以及按挤压应力等，进行过程控制和验收控制的监管检查。我们现在的情况是所有的档案材料很不健全。比如园区的综合布线图：给排水、雨水、强弱电系统等管线的走向、重要的闸阀和检查口的重要位置。绿化、小品景观的水电管线布局分布。一些设备设施的供货商联系方式，产品设计。

说明书。

操作规程质保期限与约定的书面协议。竣工验收和接管验收是两种不同概念的验收。竣工验收是政府行为接管验收是企业行为。物业接管就等于责任的一种转移。因此接管验收可谓责任重大。

2、客户收楼与入住全方位提供管理服务新理念。

在物业介入时就应该对每个单元的问题汇总整理存档备案。客户收楼时提出的意见也应该详细记录存档。这样就形成了一个具体单元的房屋病例。对日后装修管理、维修运行都有一个参考改进的价值。二装是客户认识了解物业公司的形象窗户，二装员工的品行，技能直接影响着公司的整体形象。认为二装员工就是巡视检查、监督管理是完全错误的观念。他们熟悉掌握的情况汇总起来对整个运营管理都是一个强有力的保障。客户的需求是多方面的。有许多地方是无从预测的。所以我们必须要求我们的员工知识面广、服务水平、技术技能都要尽可能的合乎客户的需求、满足客户的需求。全方位的拓宽自己的才干，迎合客户花钱买方便的消费观念。客户收楼以及装修、入住实行一站式、全方位的服务。满足客户、壮大自己、资源共享、互利双赢。

四、软件与硬件有机结合。

1、硬件是平台，软件是“灵魂”

园区的硬件设施陈旧，已经很难适应客户的消费需求。在现有的平台上，我们怎么做，能否从软件上弥补硬件设施的不足呢?强化服务，优化组合员工结构、制度完善、规范操作。软件是“灵魂”，灵魂有了灵性，有了可操作性，硬件就能发挥他的潜能了。

2、提升硬件设施、改良软件支撑。

怎样通过技术改善改造现有的硬件设施。切入点在哪里、如何提升。现在维修资金动不了，费用怎么解决。例如：园区的智能门禁系统、监控系统。消防联动系统、污水提升泵监控系统、有线电视网络系统。办公环境设施的配备等问题。所有这些问题都需要一步一步的解决。假如提升了硬件设施，我们的软件也就需要改良。没有优良的软件支撑再好的硬件设施也发挥不了应有的作用.

3、找出硬件与软件的结合点。

硬件与软件相辅相成，怎么运作它才能达到的状态，结合点在哪里?硬件、软件都是可以改造改良的。想解决就能有办法解决。问题在于解决的方案时间。上级领导的认同肯定。

五、设备设施的运作模式。

1、从节能降耗的角度、服务标准的角度重构设备设施的运行。

一切的经营活动，政策法规最终都是为了增效增值。节能而不降耗仍然不能增效。节能控制有指标，维修控制有计划，通过以往的客观情况推断制定一个合理的比率。节能是多方面的，精简一些确实差劲的员工，提升培训员工的综合技能，推广新型的节能产品，选聘专业技能公司。强化服务意识，提升服务标准，防止材料积压浪费重构设备设施维修运作模式，只要能够盈利增值无论采用什么方式办法都应该是可行的。

2、要质的转变不要量的堆积。

员工宁精勿滥。选聘员工进行培训上岗，认真考核、杜绝公私不分的现象。不符合要求坚决不予录用。只有切实坚持原则。吸收优良的人力资源。组织机构才能合情合理。工程部现有的组织结构很大程度上有量的堆积。配置也许是合乎比例的，但并没有发挥到应有的作用。

3、学会借力壮大自己。

“力”力度、品质、专业。借力也就是通过一些合法的经营模式，聘任一些专业的高质量的公司维修管理设备设施。参与管理的同时，也就增强了自己员工的技术才能。这就是榜样的力量。但是聘任的费用应该是合理的，前提的原则是双赢互利的，符合物业管理条例。

六、维修运行管理。

1、重塑“榜样”锻造团队精神。

公司的综合素质的提高也需要员工来体现，员工能力的高低也就直接影响到公司的整体能力和团队精神的建设。树立“榜样”为员工能力的提高树立目标，让员工时时刻刻不断鞭策自己，在员工自身技术技能、素质修养不断提升的的同时提高公司的服务标准。让每个员工都抱着一个共同的目的——公司利益，至高无上，在公司发展的同时，实现的自身价值。

2、建立培训计划。

维修运行的管理是工程部的重要职责，如何确保自己的职责有效贯彻执行。必须建立一套完整的切实可行的制度，规范与计划。计划是手段，规范是控制，制度是约定。有计划才能有章可循，一切才能有条有理。找出普遍存在的环节，研究突破的接入点，然后有针对性的确实培训的课题、顺序。培训设置应该成为一个长期坚持的工作。没有学习就没有进步。工程部现有问题就是缺乏计划。年计划、月计划、日计划。公司检查匆忙应付，临阵磨枪。

3、效益、效率、价值观。

效益从哪里来，从效率中来，从价值观中来。效率不是你处理问题时间的长短。而是你处理问题的时效。比如为客户维修疏通下水，你确实用了极短的时间达到了通的效果与目的，然而，经过了一天或者一个礼拜同样的问题又出来了。反复的报修，引发客户反感、而且人力、物力重复投入。这就是浪费。效率又能从何谈起?一个员工的价值取决于他对处理问题的责任心、服务意识、技术技能的综合素质。优秀的员工返修率低。客户满意度高。相对来说他的薪资高，公司得到的回报更多。效率是看得见的效益，价值观是效能更是规范的导向器。品质、专业是维修运行的关键。如果我们的员工都是高品质、专业强的技术能手。我们所面对的客户会是怎样的反应。这难道不是一种效益吗?把一些技术含量高的设备设施托付给专业的公司去做，不也是一种增效的手段吗?在风险转移的同时得到更多的实惠。

1、深化“样板间”的全面复制、推广落地，实现区域无管理盲区。

1.1组织服务中心管理团队(各部门主管以上职员)，对各楼栋，从楼顶天台沿消防通道一直检查到地下室，从园区、车库、机房、地下空间以及办公区、职员宿舍等一直检查到每一个角落，深入挖掘管理中的不足之处，及时发现管理盲区。

1.2在现场检查中，专人对现场问题进行拍照记录，服务中心管理团队现场办公将各项问题明确落实到部门(落实到具体的执行人)，明确具体的完成时间节点(开始时间、完成时间)。

1.3由信息运营部统一将现场存在的问题形成《服务品质提升专项工作表》，统一在公司aph建立专项工作任务表;每天专人跟踪整改销项进度。

1.4由服务中心总经理或副总经理亲自主导，协调推动落实各项整改。每天一跟踪，每周一总结，每月一考评。

2、在园区倡导全体职员“做一个捡烟头的人”。

2.1推行“人人都是保洁员、人人都是秩序维护员、人人都是管理员”，爱我家园行动从我做起的百日评比活动。

2.2强调所有物业服务人员以身作则，以榜样带动行动;做到园区环境是人过地清，人走灯灭，从我做起，“做一个捡烟头的人”。

2.3在物业服务中心会议室墙面，设置一个好人好事光荣榜，每周收集各部门好人好事，并予以公示;同时在每月服务中心运营例会、各部门例会中予以通报学习。

2.4由信息运营部申购一批笑脸牌，对每月一次由各部门评选的优秀职员，由服务中心总经理亲自颁发笑脸牌，针对表现突出的职员给予总经理基金现金奖励。对连续三个月均表现突出的职员给予申请“年度优秀职员”荣誉并颁发证书。

2.5每月优秀职员的评选，由信息运营部主持，由各部门职员无记名投票产生(由本部门职员、关联部门职员参加)，让人人争当活雷锋。

3、在社区创建“社区简报”和“爱我家园行动组织”。

3.1利用社区简报，积极主动宣传物业管理工作和法律法规，解答业主疑难和疑问;避免双方因为沟通不及时造成矛盾冲突。

3.2充分联动第一教育，建立幼儿、学生德育教育基地。将社区孩子纳入爱我家园行中来，创建“爱我家园行动组织”。抓住孩子的心就抓住了一个家庭，所以，充分调动孩子们的热情与能动力推动和谐社区的建设。

3.3积极帮助筹建社区老年大学，在实现助老爱老的同时，充分整合社区老人的社会资源为我所用。

3.4由服务中心信息运营部安排专人(或招聘专人)，负责专门组织策划社区文化活动，以拉近业户与物业公司之间的关系。

4、开展“我与业主交朋友”活动。

在全体职员中开展“我与业主交朋友”活动，以增进与业主之间的感情与沟通。以点带面，逐步推进，构建和谐社区。

以上各项举措，仅供各位参考、延展、推广。

**品质提升方案从哪几方面着手篇四**

为使物业服务品质在原有的基础上进一步提升，有力促进房屋销售，并实现物业服务品质的持续改进特制订如下品质提升措施：

一、公司总部：

2、在公示各小区设总经理会见业主日，收听业主的\'问题，解答业主疑惑。

二、销售中心：

1、调秩序队员一员在在金沙江大道十字路口处指挥引导看房车辆按顺停入车位，并开门服务指引客户进入营销中心。

2、雨天保洁增加进入大门代为擦鞋服务，使用干布替客户鞋面擦净擦干。

三、小区管理：

1、秩序：

a.秩序大门岗坐岗改为站岗;。

b.巡逻人员在左臂上配印有巡逻字样的袖章，配警棍、对讲机进行巡逻，

c.秩序队员例队进行交接班;。

d.对进入小区人员及车辆进行盘问登记;。

e.在停车场对车辆停放进行指挥和问候服务;。

f.在大门设秩序服务，针对业主需求及时实施帮助(帮助业主拿行李、打雨伞、引领走访业主客人到业主家中)。

2、客服：

a.实行站立式服务和普通话服务;。

b.代为业主收信件和包裹登，电话通知或送上门;。

c.宣传栏设专面代为业主提供信息发布服务(租房、卖房等);。

d.有偿电话、宽带、水电费、燃气费代缴服务;。

3、工程：

a.电梯零点后维修保养无打扰服务;。

b.对业主报修实行15分钟上门服务，每周日开展减免有偿服务活动日;。

c.空置房每周检查土建、漏水、水电气、卫生状况;。

d.建立设备档案卡挂设备上;。

e.工程主管每周夜查一次人员值班及设备运行情况。

4、保洁：

a.改垃圾处理一次为每日两次;。

b.雨天一小时后积水清扫;。

c.每周一次电梯消毒;。

d.延长卫生服务时间，从7：00-----20：00时;。

e.提供有偿家政保洁服务;。

5、绿化：

a.补种草坪内人行便道，恢复绿化;。

b.补种部份秋冬季。

**品质提升方案从哪几方面着手篇五**

物业服务品质提升方案为使物业服务品质在原有的基础上进一步提升，有力促进房屋销售，并实现物业服务品质的持续改进特制订如下品质提升措施：

2、在公示各小区设总经理会见业主日，收听业主的问题，解答业主疑惑。

1、调秩序队员一员在在金沙江大道十字路口处指挥引导看房车辆按顺停入车位，并开门服务指引客户进入营销中心。

2、雨天保洁增加进入大门代为擦鞋服务，使用干布替客户鞋面擦净擦干。

a.秩序大门岗坐岗改为站岗；

b.巡逻人员在左臂上配印有“巡逻”字样的袖章，配警棍、对讲机进行巡逻；

c.秩序队员例队进行交接班；

d.对进入小区人员及车辆进行盘问登记；

e.在停车场对车辆停放进行指挥和问候服务；

f.在大门设秩序服务，针对业主需求及时实施帮助（帮助业主拿行李、打雨伞、引领走访业主客人到业主家中）。

a.实行站立式服务和普通话服务；

b.代为业主收信件和包裹登，电话通知或送上门；

c.宣传栏设专面代为业主提供信息发布服务（租房、卖房等）；

d.有偿电话、宽带、水电费、燃气费代缴服务；

a.电梯“零点后”维修保养无打扰服务；

b.对业主报修实行15分钟上门服务，每周日开展减免有偿服务活动日；

c.空置房每周检查土建、漏水、水电气、卫生状况；

d.建立设备档案卡挂设备上；

e.工程主管每周夜查一次人员值班及设备运行情况。

a.改垃圾处理一次为每日两次；

b.雨天一小时后积水清扫；

c.每周一次电梯消毒；

d.延长卫生服务时间，从7：00-----20：00时；

e.提供有偿家政保洁服务；

a.补种草坪内人行便道，恢复绿化；

b.补种部份秋冬季。

如何提升物业管理中的服务品质。

如何才能提升物业管理中的服务。

提升居住区物业安全管理水平的途径。

**品质提升方案从哪几方面着手篇六**

一、服务标准的定位及介入点。

1、站在前沿制定切实可行的高标准。

2、重构服务规范。

服务标准有了定位。相应的服务规范也必须与之相匹配，高标准的服务，高标准的员工也就必须是高标准的服务规范。规范不是强硬的制度。也不是画地为牢的枷锁。规范是标准与准行业的约定。有了规范就有了依托。3研究项目特点服务标准的定位，服务规范的重构必须合乎项目特点。建筑风格符合客户的需求社会文化内涵的发展趋势。存在的遗留问题解决的渠道与办法。员工的架构模式职能部门的协调，软硬件的现状等。

4、计划站在未来看现在。

计划确实跟不上变化，所以计划的前瞻性十分重要。以未来的高度看待现实存在的问题，远大而不空旷。目标有了取向一切问题就有了切入点。

5注重控制与结果。

再好的理念你不去执行也只能是一句空话。而执行的结果是什么，又必须监督控制。企业的好坏最终还是归结于经济效益、社会价值效益。

盈利创收不是1+1=？的简单问题公式。做大做强企业要有长远的构想与机制。打破固有的行为习惯，思维方式，创造性的发挥自己的经营空间。

二、物业组织架构模式。

1、架构金字塔服务梯形结构新构思。

金字塔塔尖放在那里，整个工程部组织结构我们认为就是一个服务体系。经理服务主管，主管服务领班，领班服务于员工，员工服务于客户。逐级管理逐级责任制，一级管理一级、每级都有职有权，在整个组织架构中基层员工要放在首要位置。他们才是金字塔塔尖。这样有利于激励员工追求进步，自我提升、完善。有利于培养人才，发现人才。在物业经营管理中注重的是效益是结果。服务梯形结构是服务观点的转变、规范、责任、控制、落实贯穿于整个服务环节中。

2、制度的完善，用人机制的规范。

用人机制的规范，制度的完善来之于新思维、新观念。物业管理是一项以服务为本质，以管理体现服务的工作。物业公司以经营为手段，以为客户提供优质的服务为宗旨，以经济效益、社会效益的综合统一为公司的经营目标。规范是企业发展的需要，制度是行为规程。吸收什么样的员工，架构什么样的组织形式。现有员工的整体素质能否适应服务客户的新趋势。领班、主管的录用，是聘任还是从基层员工中晋升。各自的职责是什么。各自的录用条件、前提又是什么？因此必须进一步完善制度、规范用人机制。

3、员工晋升与激励机制的重构。

奖优淘汰末位制。优秀的员工就应该给予更多的激励与关怀。比如：培训的机会、岗位调整的机会，奖金、荣誉证书。工资档次调高一档。抓典型，有效的激发团队精神的凝聚力。

4、原则与责任。

制定再好的服务标准，行为规范，操作规范制度，还必须要执行。执行中坚持原则，凝聚责任。形成一个部门的长效机制。工程部现有的人员架构素质修养、技术技能在许多地方都存在着原则与责任的问题。坚持原则的时候不坚持，做事流于形式缺乏责任感。

5、薪资与服务标准，技术技能、素质修养挂钩。

薪资与服务标准、技术技能、素质修养应该是成正比的。薪资提高了，聘任的员工就有了保障。服务水平、技术技能、素质修养自然也就上了一个台阶。工程部现在的情况是一刀切，薪资没有档次。服务水平、技术技能、素质修养高的员工拿不到相当的薪资。他们的工作激情、原则、责任也就会随波逐流，相对较差的员工更差，所以员工的晋升，薪资的分档设置势在必行。

三、物业的前期介入。

1、参与规划重视前瞻性、科学性、实用性。

物业企业对物业的前期介入越早，对日后管理水平越有促进。参与规划重视前瞻性、科学性、实用性，能使物业管企业增效增值。能使客户的投资在日后有相应的回报。前瞻性、科学性、实用性从物业管理使用的角度考查论证建筑结构。设备设施分布区布置绿化小品等的合理性。提出建议、整改方案。跟进落实情况以免日后接管出现差错。提高物业品质。如果工程已经竣工、设备已经安装，在发现问题也已无法改变。因此工程施工阶段提早介入是完全有必要的。对物业的结构、防水层、隐蔽工程、钢管以及管线材料是否具有耐久性、耐腐蚀以及按挤压应力等，进行过程控制和验收控制的监管检查。我们现在的情况是所有的档案材料很不健全。比如园区的综合布线图：给排水、雨水、强弱电系统等管线的走向、重要的闸阀和检查口的重要位置。绿化、小品景观的水电管线布局分布。一些设备设施的供货商联系方式，产品设计说明书、操作规程质保期限与约定的书面协议。竣工验收和接管验收是两种不同概念的验收。竣工验收是政府行为、接管验收是企业行为。物业接管就等于责任的一种转移。因此接管验收可谓责任重大。

2、客户收楼与入住全方位提供管理服务新理念。

在物业介入时就应该对每个单元的问题汇总整理存档备案。客户收楼时提出的意见也应该详细记录存档。这样就形成了一个具体单元的房屋病例。对日后装修管理、维修运行都有一个参考改进的价值。二装是客户认识了解物业公司的形象窗户，二装员工的品行，技能直接影响着公司的整体形象。认为二装员工就是巡视检查、监督管理是完全错误的观念。他们熟悉掌握的情况汇总起来对整个运营管理都是一个强有力的保障。客户的需求是多方面的。有许多地方是无从预测的。所以我们必须要求我们的员工知识面广、服务水平、技术技能都要尽可能的合乎客户的需求、满足客户的需求。全方位的拓宽自己的才干，迎合客户花钱买方便的消费观念。客户收楼以及装修、入住实行一站式、全方位的服务。满足客户、壮大自己、资源共享、互利双赢。

四、软件与硬件有机结合。

1、硬件是平台，软件是“灵魂”。

园区的硬件设施陈旧，已经很难适应客户的消费需求。在现有的平台上，我们怎么做，能否从软件上弥补硬件设施的不足呢？强化服务，优化组合员工结构、制度完善、规范操作。软件是“灵魂”，灵魂有了灵性，有了可操作性，硬件就能发挥他的潜能了。

2、提升硬件设施、改良软件支撑。

硬件与软件相辅相成，怎么运作它才能达到最佳的状态，结合点在哪里？硬件、软件都是可以改造改良的。想解决就能有办法解决。问题在于解决的方案时间。上级领导的认同肯定。

五、设备设施的运作模式。

1、从节能降耗的角度、服务标准的角度重构设备设施的运行一切的经营活动，政策法规最终都是为了增效增值。节能而不降耗仍然不能增效。节能控制有指标，维修控制有计划，通过以往的客观情况推断制定一个合理的比率。节能是多方面的，精简一些确实差劲的员工，提升培训员工的综合技能，推广新型的节能产品，选聘专业技能公司。强化服务意识，提升服务标准，防止材料积压浪费重构设备设施维修运作模式，只要能够盈利增值无论采用什么方式办法都应该是可行的。

2、要质的转变不要量的堆积。

员工宁精勿滥。选聘员工进行培训上岗，认真考核、杜绝公私不分的现象。不符合要求坚决不予录用。只有切实坚持原则。吸收优良的人力资源。组织机构才能合情合理。工程部现有的组织结构很大程度上有量的堆积。配置也许是合乎比例的，但并没有发挥到应有的作用。

3、学会借力壮大自己。

“力”力度、品质、专业。借力也就是通过一些合法的经营模式，聘任一些专业的高质量的公司维修管理设备设施。参与管理的同时，也就增强了自己员工的技术才能。这就是榜样的力量。但是聘任的费用应该是合理的，前提的原则是双赢互利的，符合物业管理条例。

六、维修运行管理。

1、重塑“榜样”锻造团队精神。

公司的综合素质的提高也需要员工来体现，员工能力的高低也就直接影响到公司的整体能力和团队精神的建设。树立“榜样”为员工能力的提高树立目标，让员工时时刻刻不断鞭策自己，在员工自身技术技能、素质修养不断提升的的同时提高公司的服务标准。让每个员工都抱着一个共同的目的——公司利益，至高无上，在公司发展的同时，实现的自身价值。

2、建立培训计划。

维修运行的管理是工程部的重要职责，如何确保自己的职责有效贯彻执行。必须建立一套完整的切实可行的制度，规范与计划。计划是手段，规范是控制，制度是约定。有计划才能有章可循，一切才能有条有理。找出普遍存在的环节，研究突破的接入点，然后有针对性的确实培训的课题、顺序。培训设置应该成为一个长期坚持的工作。没有学习就没有进步。工程部现有问题就是缺乏计划。年计划、月计划、日计划。公司检查匆忙应付，临阵磨枪。

3、效益、效率、价值观。

效益从哪里来，从效率中来，从价值观中来。效率不是你处理问题时间的长短。而是你处理问题的时效。比如为客户维修疏通下水，你确实用了极短的时间达到了通的效果与目的，然而，经过了一天或者一个礼拜同样的问题又出来了。反复的报修，引发客户反感、而且人力、物力重复投入。这就是浪费。效率又能从何谈起？一个员工的价值取决于他对处理问题的责任心、服务意识、技术技能的综合素质。优秀的员工返修率低。客户满意度高。相对来说他的薪资高，公司得到的回报更多。效率是看得见的效益，价值观是效能更是规范的导向器。品质、专业是维修运行的关键。如果我们的员工都是高品质、专业强的技术能手。我们所面对的客户会是怎样的反应。这难道不是一种效益吗？把一些技术含量高的设备设施托付给专业的公司去做，不也是一种增效的手段吗？在风险转移的同时得到更多的实惠。篇二：

1、深化“样板间”的全面复制、推广落地，实现区域无管理盲区。1.1组织服务中心管理团队（各部门主管以上职员），对各楼栋，从楼顶天台沿消防通道一直检查到地下室，从园区、车库、机房、地下空间以及办公区、职员宿舍等一直检查到每一个角落，深入挖掘管理中的不足之处，及时发现管理盲区。

1.2在现场检查中，专人对现场问题进行拍照记录，服务中心管理团队现场办公将各项问题明确落实到部门（落实到具体的执行人），明确具体的完成时间节点（开始时间、完成时间）。

1.3由信息运营部统一将现场存在的问题形成《服务品质提升专项工作表》，统一在公司aph建立专项工作任务表；每天专人跟踪整改销项进度。1.4由服务中心总经理或副总经理亲自主导，协调推动落实各项整改。每天一跟踪，每周一，每月一考评。

2、在园区倡导全体职员“做一个捡烟头的人”。

2.1推行“人人都是保洁员、人人都是秩序维护员、人人都是管理员”，爱我家园行动从我做起的百日评比活动。

2.2强调所有物业服务人员以身作则，以榜样带动行动；做到园区环境是人过地清，人走灯灭，从我做起，“做一个捡烟头的人”。2.3在物业服务中心会议室墙面，设置一个好人好事光荣榜，每周收集各部门好人好事，并予以公示；同时在每月服务中心运营例会、各部门例会中予以通报学习。

2.4由信息运营部申购一批笑脸牌，对每月一次由各部门评选的优秀职员，由服务中心总经理亲自颁发笑脸牌，针对表现突出的职员给予总经理基金现金奖励。对连续三个月均表现突出的职员给予“优秀职员”荣誉并颁发证书。

2.5每月优秀职员的评选，由信息运营部主持，由各部门职员无记名投票产生（由本部门职员、关联部门职员参加），让人人争当活雷锋。

3、在社区创建“社区简报”和“爱我家园行动组织”。3.1利用社区简报，积极主动宣传物业管理工作和法律法规，解答业主疑难和疑问；避免双方因为沟通不及时造成矛盾冲突。3.2充分联动第一教育，建立幼儿、学生德育教育基地。将社区孩子纳入爱我家园行中来，创建“爱我家园行动组织”。抓住孩子的心就抓住了一个家庭，所以，充分调动孩子们的热情与能动力推动和谐社区的建设。

3.3积极帮助筹建社区老年大学，在实现助老爱老的同时，充分整合社区老人的社会资源为我所用。

3.4由服务中心信息运营部安排专人（或招聘专人），负责专门组织策划社区文化活动，以拉近业户与物业公司之间的关系。

4、开展“我与业主交朋友”活动。

以上各项举措，仅供各位参考、延展、推广。篇三：为使美洲故事的物业服务品质在原有的基础上进一步提升，有力促进美洲故事的房屋销售，并实现物业服务品质的持续改进特制订如下品质提升措施：

一、给客户到区域看房是一种享受的感受：

洁净的地面，花园式的外围环境，整洁舒适、物品摆放整齐，一尘不染，窗明几净的室内环境，会使客户身心愉悦，心情放松，给客户造成一种休闲度假的感觉；服务人员健美的体态，优雅的动作，标准的站姿、指挥动作，标准化的服务，温馨的问侯、提示，可使客户感受到美洲故事管理的严谨及人性化。在现有服务标准的情况下，强调改进如下事项：

1.形象岗车辆指挥动作增加头部动作，头随手臂指引方向转动，头部转动与手臂指引同步。强调动作的力度，指挥动作一定做到干净有力、一气呵成。重点突出年轻人的朝气，男性的阳刚之美。2.车场岗站姿采用双手交叉站立。双手背后跨立式站姿主要体现威严，属警戒站姿。双手交叉站姿属服务性站姿，使服务人员时刻处于一种位客人服务的状态，增加亲和力拉近与客人的距离。3.车场岗指引车俩入位，拉车门突出体现跑动时服务以体现服务的及时性。4.保洁服务在现有基础上，强调随时、及时，在保证车场、售楼处内部、金色池塘广场、绿化带卫生标准的同时对客户参观路线及时保洁。

5.为保障人员安全，避免工地大量泥土带入售楼处，同时也为了售楼处环境的美观，在雨雪天气时保洁在客户参观路线设立安全提示牌、木桥两侧铺设地垫。

6.客户人员提供全程引导服务，现客服人员站位为大门一人，接待区玻璃门一人，改变为两人全部在大门站位，客人进入时一人引导客人到接待区提供相应服务，有营销人员接待客人后，到接待区玻璃门站位，送客人到样板房参观后后回大门站位。

二、从客户需求出发，凸显客户尊贵：

现在来参观的客人将来就有可能成为美洲故事的业主。客户需求的我们提前想到、做到，客户未想到的我们提前为客户想到。

1.在雨天为客户撑伞服务同时在烈日天气为老人、女士、小孩提供撑伞服务。

2.遇老人、孕妇及时搀扶。

3.遇抱小孩、提物客户及时帮客户提拿物品。4.关注客户需要何种饮品的同时关注客户的就坐位置，老人、孕妇、小孩不要引导到空调风口下就坐。

5.遇身材高大、体胖客户就坐及时为客户调整座椅位置。6.客户携小孩、老人看房时由于注意力集中在房屋上，会忽视对孩子、老人的照顾，这时就要时刻关注孩子、老人的安全，及时提醒客户关照他（她）们。

7.卫生间马桶隔断内增设烟灰缸。8.雨天卫生间台面增设擦鞋布、鞋刷。

三、增加物业服务附加值，有力促进美洲故事房屋销售购买别墅的客户，尽为成功人士，他（她）们在关注房屋质量、品质、居住环境的同时对入住后提供何种品质的物业服务也十分关注。高品质，优质的物业服务可使客户感受到开发商对业主需求的关注，入住后可享受到的服务，增强购买信心。增加物业服务附加值会对房屋销售起到促进作用：

1.让所有人员熟悉美洲故事项目、样板房解说词。2.客服、礼仪接待人员理解美洲故事设计风格、理念。3.客服、礼仪接待人员理解美洲故事不同风格别墅的特点。4.定期请营销人员培训解说内容及技巧。5.定期对美洲故事项目、样板房解说词进行考核。6.及时了解客户需求、意见，汇总后反馈相关部门。7.对客户需了解的共性问题汇总，制定答客问。

8.营销人员下班后经常有少量客户参观，为方便客户，促进销售，将销售资料提前装袋，给客户介绍完后提供一套美洲故事销售资料。9.由物业后勤部牵头，定期了解营销需求，及时改进物业服务品质。

10.对日常检查过程中发现的影响售楼处整体品质的问题汇总上报，同时提交改进意见。

3.将初验发现问题及整改意见汇总上报。4.对各类标示的样式、内容、颜色提交相关意见。5.对影响使用功能的问题汇总，同时将改进意见上报。

五、从客户感受出发、强调细节、严把品质控制关：

物业服务是一项繁琐、细致的工作，对细节的把控非常严格。一个松散的站姿、面。

无笑容的表情，一句生硬的问候，地面的一口痰迹，一条泥泞的小路，物品码放位置的不当等，都会映在客户的脑海中，给客户留下不好的记忆。为确保服务品质，就要时刻关注服务细节，严把品质控制关。

1.让工作记录、检查表格起到应有作用。将工作内容、标准，检查内容、标准在表格上完整体现，每日发生的问题在记录上真实体现。2.每日上班前将前一日记录表格上交主管领导审阅。3.周、月、总结，采购计划准时提交。4.行政人事对工作计划完成情况，采购物品合理性进行实时监控。5.加强日常检查，换位思考，以客户的眼光来巡视检查，看到服务不到位、目视范围内卫生不到位等情况及时整改。自己看着都不舒服的地方客户一定不会满意，要做到展现给客户的一定是最好的。6.对发生的问题相关部门一定要分析原因，提出整改措施，行政监督检查整改落实情况。

7.时刻关注客户投诉问题，客户的投诉第一时间将处理意见、措施反馈给客户，落实后通知客户，请客户监督检查，直至客户满意。

六、加强沟通、稳定队伍、工作顺利开展；

和谐、稳定的团队，愉快的工作氛围，沟通是必不可少的。通过沟通可使部门、同事之间相互理解；通过沟通可使对方了解对方的工作方式、思想、理念，所做工做要达到的目的及实施的办法；通过沟通可化解矛盾，统一思想。一致的目标，统一的思想有利于工作的顺利开展。

1.定期组织员工谈心会，了解员工思想动态。有必要可请开发商相关人员参加。

2.利用工作闲暇时间与员工聊天，避免说教，了解员工心声。3.对员工提出问题、要求合理的及时解决，不合理的讲明道理及时回复。

4.呈文前与相关负责人沟通呈文内容，思想一致后行文上报。5.工作问题，工作中所需技术支持及时与相关负责人沟通。6.丰富员工文化生活（拔河、棋牌比赛、跳舞、自助郊游等）。

-->

**品质提升方案从哪几方面着手篇七**

1、站在前沿制定切实可行的高标准。

2、重构服务规范。

服务标准有了定位。相应的服务规范也必须与之相匹配，高标准的服务，高标准的员工也就必须是高标准的服务规范。规范不是强硬的制度。也不是画地为牢的枷锁。规范是标准与准行业的约定。有了规范计划就有了依托。

3、研究项目特点。

服务标准的定位，服务规范的重构必须合乎项目特点。建筑风格符合客户的需求社会文化内涵的发展趋势。存在的遗留问题解决的渠道与办法。员工的架构模式职能部门的协调，软硬件的现状等。

4、计划站在未来看现在。

计划确实跟不上变化，所以计划的前瞻性十分重要。以未来的高度看待现实存在的问题，远大而不空旷。目标有了取向一切问题就有了切入点。

5、注重控制与结果。

再好的理念你不去执行也只能是一句空话。而执行的结果是什么，又必须监督控制。企业的好坏最终还是归结于经济效益、社会价值效益。

盈利创收不是1+1=?的简单问题公式。做大做强企业要有长远的构想与机制。打破固有的行为习惯，思维方式，创造性的发挥自己的经营空间。

1、架构金字塔服务梯形结构新构思。

金字塔塔尖放在那里，整个工程部组织结构我们认为就是一个服务体系。经理服务主管，主管服务领班，领班服务于员工，员工服务于客户。逐级管理逐级责任制，一级管理一级、每级都有职有权，在整个组织架构中基层员工要放在首要位置。他们才是金字塔塔尖。这样有利于激励员工追求进步，自我提升、完善。有利于培养人才，发现人才。在物业经营管理中注重的是效益是结果。服务梯形结构是服务观点的转变、规范、责任、控制、落实贯穿于整个服务环节中。

2、制度的完善，用人机制的规范。

用人机制的规范，制度的完善来之于新思维、新观念。物业管理是一项以服务为本质，以管理体现服务的工作。物业公司以经营为手段，以为客户提供优质的服务为宗旨，以经济效益、社会效益的综合统一为公司的经营目标。规范是企业发展的需要，制度是行为规程。吸收什么样的员工，架构什么样的组织形式。现有员工的整体素质能否适应服务客户的.新趋势。领班、主管的录用，是聘任还是从基层员工中晋升。各自的职责是什么。各自的录用条件、前提又是什么?因此必须进一步完善制度、规范用人机制。

3、员工晋升与激励机制的重构。

奖优淘汰末位制。优秀的员工就应该给予更多的激励与关怀。比如：培训的机会、岗位调整的机会，奖金、荣誉证书。工资档次调高一档。抓典型，有效的激发团队精神的凝聚力。

4、原则与责任。

制定再好的服务标准，行为规范，操作规范制度，还必须要执行。执行中坚持原则，凝聚责任。形成一个部门的长效机制。工程部现有的人员架构素质修养、技术技能在许多地方都存在着原则与责任的问题。坚持原则的时候不坚持，做事流于形式缺乏责任感。

5、薪资与服务标准，技术技能、素质修养挂钩。

薪资与服务标准、技术技能、素质修养应该是成正比的。薪资提高了，聘任的员工就有了保障。服务水平、技术技能、素质修养自然也就上了一个台阶。工程部现在的情况是一刀切，薪资没有档次。服务水平、技术技能、素质修养高的员工拿不到相当的薪资。他们的工作激情、原则、责任也就会随波逐流，相对较差的员工更差，所以员工的晋升，薪资的分档设置势在必行。

1、参与规划重视前瞻性、科学性、实用性。

物业企业对物业的前期介入越早，对日后管理水平越有促进。参与规划重视前瞻性、科学性、实用性，能使物业管企业增效增值。能使客户的投资在日后有相应的回报。前瞻性、科学性、实用性从物业管理使用的角度考查论证建筑结构。设备设施分布区布置绿化小品等的合理性。提出建议、整改方案。跟进落实情况以免日后接管出现差错。提高物业品质。如果工程已经竣工、设备已经安装，在发现问题也已无法改变。因此工程施工阶段提早介入是完全有必要的。对物业的结构、防水层、隐蔽工程、钢管以及管线材料是否具有耐久性、耐腐蚀以及按挤压应力等，进行过程控制和验收控制的监管检查。我们现在的情况是所有的档案材料很不健全。比如园区的综合布线图：给排水、雨水、强弱电系统等管线的走向、重要的闸阀和检查口的重要位置。绿化、小品景观的水电管线布局分布。一些设备设施的供货商联系方式，产品设计说明书、操作规程质保期限与约定的书面协议。竣工验收和接管验收是两种不同概念的验收。竣工验收是政府行为、接管验收是企业行为。物业接管就等于责任的一种转移。因此接管验收可谓责任重大。

2、客户收楼与入住全方位提供管理服务新理念。

在物业介入时就应该对每个单元的问题汇总整理存档备案。客户收楼时提出的意见也应该详细记录存档。这样就形成了一个具体单元的房屋病例。对日后装修管理、维修运行都有一个参考改进的价值。二装是客户认识了解物业公司的形象窗户，二装员工的品行，技能直接影响着公司的整体形象。认为二装员工就是巡视检查、监督管理是完全错误的观念。他们熟悉掌握的情况汇总起来对整个运营管理都是一个强有力的保障。客户的需求是多方面的。有许多地方是无从预测的。所以我们必须要求我们的员工知识面广、服务水平、技术技能都要尽可能的合乎客户的需求、满足客户的需求。全方位的拓宽自己的才干，迎合客户花钱买方便的消费观念。客户收楼以及装修、入住实行一站式、全方位的服务。满足客户、壮大自己、资源共享、互利双赢。

1、硬件是平台，软件是“灵魂”

园区的硬件设施陈旧，已经很难适应客户的消费需求。在现有的平台上，我们怎么做，能否从软件上弥补硬件设施的不足呢?强化服务，优化组合员工结构、制度完善、规范操作。软件是“灵魂”，灵魂有了灵性，有了可操作性，硬件就能发挥他的潜能了。

2、提升硬件设施、改良软件支撑。

怎样通过技术改善改造现有的硬件设施。切入点在哪里、如何提升。现在维修资金动不了，费用怎么解决。例如：园区的智能门禁系统、监控系统。消防联动系统、污水提升泵监控系统、有线电视网络系统。办公环境设施的配备等问题。所有这些问题都需要一步一步的解决。假如提升了硬件设施，我们的软件也就需要改良。没有优良的软件支撑再好的硬件设施也发挥不了应有的作用.

3、找出硬件与软件的结合点。

硬件与软件相辅相成，怎么运作它才能达到的状态，结合点在哪里?硬件、软件都是可以改造改良的。想解决就能有办法解决。问题在于解决的方案时间。上级领导的认同肯定。

1、从节能降耗的角度、服务标准的角度重构设备设施的运行。

一切的经营活动，政策法规最终都是为了增效增值。节能而不降耗仍然不能增效。节能控制有指标，维修控制有计划，通过以往的客观情况推断制定一个合理的比率。节能是多方面的，精简一些确实差劲的员工，提升培训员工的综合技能，推广新型的节能产品，选聘专业技能公司。强化服务意识，提升服务标准，防止材料积压浪费重构设备设施维修运作模式，只要能够盈利增值无论采用什么方式办法都应该是可行的。

2、要质的转变不要量的堆积。

员工宁精勿滥。选聘员工进行培训上岗，认真考核、杜绝公私不分的现象。不符合要求坚决不予录用。只有切实坚持原则。吸收优良的人力资源。组织机构才能合情合理。工程部现有的组织结构很大程度上有量的堆积。配置也许是合乎比例的，但并没有发挥到应有的作用。

3、学会借力壮大自己。

“力”力度、品质、专业。借力也就是通过一些合法的经营模式，聘任一些专业的高质量的公司维修管理设备设施。参与管理的同时，也就增强了自己员工的技术才能。这就是榜样的力量。但是聘任的费用应该是合理的，前提的原则是双赢互利的，符合物业管理条例。

1、重塑“榜样”锻造团队精神。

公司的综合素质的提高也需要员工来体现，员工能力的高低也就直接影响到公司的整体能力和团队精神的建设。树立“榜样”为员工能力的提高树立目标，让员工时时刻刻不断鞭策自己，在员工自身技术技能、素质修养不断提升的的同时提高公司的服务标准。让每个员工都抱着一个共同的目的——公司利益，至高无上，在公司发展的同时，实现的自身价值。

2、建立培训计划。

维修运行的管理是工程部的重要职责，如何确保自己的职责有效贯彻执行。必须建立一套完整的切实可行的制度，规范与计划。计划是手段，规范是控制，制度是约定。有计划才能有章可循，一切才能有条有理。找出普遍存在的环节，研究突破的接入点，然后有针对性的确实培训的课题、顺序。培训设置应该成为一个长期坚持的工作。没有学习就没有进步。工程部现有问题就是缺乏计划。年计划、月计划、日计划。公司检查匆忙应付，临阵磨枪。

3、效益、效率、价值观。

效益从哪里来，从效率中来，从价值观中来。效率不是你处理问题时间的长短。而是你处理问题的时效。比如为客户维修疏通下水，你确实用了极短的时间达到了通的效果与目的，然而，经过了一天或者一个礼拜同样的问题又出来了。反复的报修，引发客户反感、而且人力、物力重复投入。这就是浪费。效率又能从何谈起?一个员工的价值取决于他对处理问题的责任心、服务意识、技术技能的综合素质。优秀的员工返修率低。客户满意度高。相对来说他的薪资高，公司得到的回报更多。效率是看得见的效益，价值观是效能更是规范的导向器。品质、专业是维修运行的关键。如果我们的员工都是高品质、专业强的技术能手。我们所面对的客户会是怎样的反应。这难道不是一种效益吗?把一些技术含量高的设备设施托付给专业的公司去做，不也是一种增效的手段吗?在风险转移的同时得到更多的实惠。

**品质提升方案从哪几方面着手篇八**

物业管理作为一种服务性很强的职业，要想把这个工作做好，就必须把服务质量提高上去，为响应公司对服务提出新的服务要求：对业主没有一个“不”字,对服务没有一个“等”字，高标准服务质量，要求在二0一0年下半年服务有新的突破，制订本方案。

一、服务的理念。

1、服务含义：

a、微笑待客。

b、精通业务上的工作。

c、对客户态度亲切友善。

d、视每一位业主(客户)为特殊和重要的大人物。

e、邀请每一位业主(客户)再次光临。

f、营造温馨的服务环境。

g、用眼神表达对业主(客户)的关心。

2、为什么要做好服务。

1)、服务的衡量标准衡量我们服务的唯一标准是业主(客户)是否满意。为了让业主满意我们的服务，我们应树立以下观念：

a、没有业主就没有我们存在的价值，让客户满意是我们存在的目的。

b、我们是一家软件技术服务公司，为业主提供优质的服务是我们的工作也是我们赖以生存的根本。

c、业主永远是第一位的，永远都是对的，每一位业主(住户)都是重要人物，每一次服务都是重要时刻。

2)、对我们工作的不足表示不满的业主才是真正的业主。

a、对我们工作的不足表示不满,这说明业主对我们有信心，如果解决了,对我们改进工作是个机会。

b、有抱怨，这说明业主关心我们;要是没有业主反映了,这就说明业主对我们寒心了。

3)、对业主负责到底，让业主百分之百满意对业主应负责到底，不能打半点折扣，解决问题不能只解决一半。

二、服务的要求。

1、实实在在承诺，诚心诚意服务(对业主没有一个”不”字,对服务没有一个“等”字)。

2、说到的就得一定做到，做不到的就绝对不说，应该上门服务的就必须上门。

3、在业主面前不说不该说的话，服务禁用语：

a、非职权范围能解决的问题，绝不能说：“我们不管”。

b、对于房屋质量问题报修、投诉，绝不能说：“跟我们没关系”。

c、自己不能解决的问题，绝不能说：“没办法解决”。

d、业主发表自己的意见和看法时，绝不能说：“随便”。

e、业主咨询的问题自己无法确定时，绝不能说：“不清楚”，“不知道”。

f、对业主提出报修问题，绝不能说：“等一会”，“没时间”，“不行”

三、服务工作规范(参照《项目部运行手册》)。

(一)、客服部。

1、客服岗位基本要求：实行首位责任制，首位接待负责落实处理，处理不了及时上报。

1)、有规范的岗位责任制度。

2)、建立住户档案，将项目部档案及移交给的各种资料保存完好。

3)、管理服务人员佩戴标志，行为规范，服务主动、热情。

4)、设有服务接待中心，公示24小时服务电话，急修半小时内到场，其它报修按双方约定时间到达现场，有完整的报修、维修和回访记录。

5)、根据业主需要，提供物业服务合同之外的专项服务和特约服务，公示专项服务项目和收费价格，业主需要特约服务的内容和价格由双方约定执行。

6)、按有关规定公布物业服务内容与收费标准。

7)、每半年至少一次征询业主对物业服务的意见。

2、客服服务、工作规程及标准：

1)、客服人员仪容仪表：岗位形象总体要求：仪容雅洁大方，仪态规矩端庄;态度谦和，礼节周全，举止大方，谈吐文雅，神情安详，不卑不亢。

衣领，发型常规大方;女士提倡化淡妆，长发应束起;外表整洁、得体，表情自然大方。

(2)上班期间按规定的穿着方式，着统一配发的制服及相应配饰，整套穿着;夏季女士着裙装时，须着浅色长筒袜，袜子不得有破洞;着鞋要求前不露趾后不露跟。工作牌在左胸位置佩戴端正。

(3)上班前不吸烟不吃大蒜、洋葱等异味食物;不染彩发;女士不在指甲上涂、浓妆艳抹，不用气味浓烈的芳香化妆品;不佩戴过多首饰、饰物。

(4)上班时不得穿休闲装、晚装、短裤、背心或其它奇装异服;统一制服不可随意搭配;服装不可有污渍和汗味，不可陈旧不洁;不可翻卷袖口;制服外不显露个人琐碎物品，衣袋不得多装物品，以免显得服装不整齐;皮鞋不钉金属掌;禁止着拖鞋、凉鞋、休闲鞋上岗。不得蓬头垢面或酒后当班。

2)、言行举止：

(1)言行举止规矩端庄，时刻保持微笑，说普通话，使用礼貌用语;说话声调清晰自然，音量适中;坐姿站姿上身挺直;站立时双手自然下垂放在体侧，行走轻快，靠边而行;与客人迎面相遇应主动点头问好;同时进出门时，让客户先行;请人让路说“对不起”;与人交谈时集中注意力，保持眼神与对方接触;为人指示方向时五指并拢，指向明确;接送有关文本、票据、凭证、钱款等须双手接取或递送;态度礼貌亲切，不卑不亢。

(2)禁止有任何非职业性的举止言行，如：哼唱、使用方言、说粗话、跳踏、手舞足蹈、闲聊、玩笑、嚼口香糖、行走溜哒、翘腿搭脚、将腿搭在座椅扶手上、盘腿、脱鞋，双手叉腰、交叉胸前、插入衣袋或随意乱放，两人同行挽手搭背等等。接待客户不东张西望，不与人争执，不当面餐饮、化妆，不做打哈欠、伸懒腰、挖耳掏鼻等不雅动作;不得用手指、笔杆或手中任何工具指向客人或为人指示方向。

(3)接待或与客户道别应起身迎送，双手互握自然置于身前;注意称呼客人姓氏，未知姓氏前，称呼“先生”或“女士”;暂时离开面对的客户时，应说“请稍候”，如离开时间较长，回来后应向客户致歉“对不起，让您久等了”，不得一言不发就开始服务;客户来时问好，走时说“再见”、“慢走”;为客户完成一项服务后，应主动询问是否还有其他事需要帮助。对投诉、抱怨、反映问题，接待完成以“谢谢您的信任”、“非常抱歉，给您添麻烦了”、“我们立即安排处理”、“谢谢您的配合(理解、支持)”等作结束语，以示重视、感谢或歉意，并与对方道别。

(4)接听电话务必在铃响三声前接答;以“您好，\_\_物业”作为接听电话的礼貌用语;应答言语文明、礼貌、简洁，若对方电话找人，应先回答“请稍候”或“他暂时不在，需要转告吗?”，不允许放置电话长时间不作回复;如需问对方姓名、单位，应礼貌征询“请问贵姓、能告诉我贵公司名称吗”，不可说“你是谁、干什么的”等等;通话结束，待对方挂断后再放下电话。不可言语粗鲁，如“喂、哪里、找谁、什么事、不在、不知道、没办法、我不管”等等;不可对话筒大声喊叫、高声喊人接电话或摔拍电话。

(5)上门走访或上门与业主接洽，应先致电业主，按约定时间上门。若不需要进入住户室内的，可1人前往;若需要进入住户室内的，原则上应2人一同前往;敲门应轻扣三次或按门铃一次，等待回应，若间隔30秒无人应答可稍重叩门三次或再按门铃一次，不可长时间按扣或无礼的砸门拍门。主人应答或开门后，应先作自我介绍：“打扰了，我是御溪物业客服部的\_\_\_(名字)。今天来拜访您是关于\_\_事，希望您能给予支持”，得到同意，方可继续走回访工作或进入室内，就相关主题问询对方意见和建议，并做好记录。如果对方不愿意，不可强行闯入。若住户家中无人，须记录访问时间，必要时以恰当方式留下便条。

(6)上班前尽快换好制服、打开电脑，不可在正式开班前仍拖拖拉拉办理班前准备事务;通话、交谈压低音量，不影响他人;工作时间打私人电话时间不宜过长或与来话方闲聊;手机铃声、对讲机音量适中，使用人能听见即可;个人手机不设置怪异铃声;下班后关闭自用电脑、电器电源，归档文稿，收拾文具，清理台面，完成自己负责的公共卫生工作，做好班后清理工作，与接班人员完成交接手续后方可下班。

3)、来访接待：

对于来访业主热情主动的接待，实行站立、微笑服务，严格按照客服各项接待工作流程接待，合理安排员工接待工作，不得让业主办理手续时等待接待。

认真听取客户来意，详细回答客户提出的问题;对于专业性较强的问题，应先详细记录，咨询相关专业人员后约定时间给予回复;对前来接洽公务人员，应请对口人员接待;对小区内住户、商家及单位搬家或物品搬出小区，应请客户办理物品放行申请，客服部开《物品出门条》，客户持《物品出门条》经秩管门岗核对无误后出小区。

4)、来电接待：

认真听取客户来电内容。详细回答客户提出的问题，对于专业性较强的问题，应先详细记录，咨询相关专业人员后约定时间给予回复;对接洽公务的电话，应请对方稍等，请对口人员接听。

(1)、接听投诉电话应保持平和的心态，同情、理解、专心的倾听，避免向业主表露情绪，避免与业主纠缠以往的不快，避免向业主陈述公司内部的运作细节，对由于我们的工作或服务质量问题给业主所带来的不便及不满，给予真诚的道歉，严禁推脱责任。

(2)、业主对于房屋质量问题、相关设施及配套设施不到位提出投诉时，应认真做好记录，并就有关未解决的问题进行解答，同时尽快向被投诉相关单位核实具体情况，并及时将处理意见反馈给用户。

(3)、业主对于服务质量提出投诉时，应认真做好记录，并逐级汇总反馈给项目部。

5)、报修接待：

对于业主报修、投诉及遗留问题，尽量做到亲临现场验证核实，对于处理情况及时跟踪回访，向业主及时反馈处理信息，不得等业主向我们二次反映问题。

(1)、日常报修：

c、维修完毕，工程部人员反单后，客服部根据工程维修情况及时回访，每月进行汇总、统计。

(2)、保修期内报修：

b、根据报修内容，和业主预约维修时间，联系施工单位及时维修;。

c、维修完毕，通知工程部人员前去验证，客服部根据维修情况进行回访。

(3)公共区域维修：

b、根据报修内容，填写《工程维修单》，及时通知工程部人员携单及时维修服务。

**品质提升方案从哪几方面着手篇九**

为保证我区市场药品质量，保障公众用药安全有效，根据《市药品、医疗器械和药用包装材料质量抽验程序》以及市食品药品监督管理局关于《年市药品、医疗器械和药包材质量抽验计划的通知》的要求，结合我区药品质量监控的实际情况，特拟定区年度药品质量抽验实施方案，计划如下：

遵循客观、公正、科学、合理的`原则。今年重点加强药品生产企业、质量薄弱环节和重点品种抽样的针对性，切实提高发现药品存在质量隐患的能力，充分体现药品质量安全监管的目标和效能。

（一）全年计划药品监督抽验数为500件，抽验对象为区内饮片生产企业、药品批发企业、医疗机构以及零售药店，其中420件按比例落实到具体单位，另外预留80件作为机动。

（二）药品生产企业（包括原辅料）的日常监督抽验由市局和分局按《年本市药品生产企业监督抽验计划》（另行下达）组织实施。

（三）专项、评价抽验根据需要由市局安排另行组织。

（四）xx年度发生过药品质量问题的单位作为重点抽验对象。

根据国家局要求和本市监管实际与药品的特点，对以下产品重点进行抽验：

（一）近两年转制、法人变更和主要管理层人员发生变化的药品批发企业的产品；

（二）05版药典提高标准的品种；

（三）高风险品种（注射剂、大输液、生物制品等）；

（四）近两年各级药品质量抽验不合格企业的品种；

（五）不良反应较多的产品；

（六）本市医疗机构集中招标采购以及本区统一采购的品种；

（七）降价幅度较大的品种和同种价格相差悬殊的低价药品。

全年计划抽样构成比例：公立医疗机构151件，占36%；药品批发企业（含饮片生产企业）45件，占11%；零售药店104件，占25%；民办医疗机构100件，占24%，医保内设医疗机构20件，占5%；机动80件作为涉案抽样、专项抽样。

药品抽验比例为：饮片:中成药:西药比例为：04：3.6（+0.5）：6（+0.5）（医院制剂、饮片生产企业抽验不列入上述比例范围）。

（四）有效提高单体药房的监管，抽样覆盖率达100%，平均每家抽样2件；

（一）由分局向被抽验单位发出《年度药品质量监督抽验计划书》；

（二）抽验前，先由分局向被抽验单位发出《药品抽样指令单》；

（四）对被抽验单位进行必要的监督检查，填写“药品抽样现场检查情况表”；

（五）被抽验的检品输入抽样系统，然后送指定的药检所检验。

（二）为有效确保本年度药品抽验工作任务高效、及时、保质保量地完成，分局严格落实专人负责本年度的药品抽验工作，在药品抽验工作运行上达到“三性”即规范性、合法性、公正性。

（五）分局可根据实际情况开展药品质量的“追踪溯源”工作，对药品不合格的原因进行分析，帮助和促进被抽样单位完善质量管理，提高监管水平和能力。

药品依法监督抽验不收取费用，药品质量监督抽验结果由市食品药品监管局以质量公告形式公布，对涉嫌不合格药品的由我分局依法查处。

**品质提升方案从哪几方面着手篇十**

勿容置疑，物业管理属于服务行业。随着物业管理行业的快速发展，物业管理企业之间的竞争日益加剧，物业管理企业不规范运作等问题被媒体频繁曝光，使物业管理行业的社会评价出现了前所未有的危机，生存发展环境受到了极大影响，迫切需要物业管理企业规范经营，从根本上提高自身竞争能力，实现良性、快速发展。

在物业管理的服务实践之中，物业管理企业要想获得持久健康发展，必须努力实现内在自然美和外在规范美的和谐统一。

一、抓住服务中人的关键因素，形成自然美。

毫无疑问，物业管理服务的主体，是代表着物业公司的具体员工。他们身着公司制服，履行着服务的各项义务，一言一行，影响着业主或客户的认知，决定着物业服务质量的优劣和成败。业内人士都知道，物业管理行业的员工，主要来自于知识型的高端和体力型的低端。高端的员工数量相对较少，主要集中在管理层和技术层，对业主或客户的接触相对较少，但决定着企业的服务理念和服务流程；低端的员工数量庞大，主要集中在保洁、保安、绿化养护、维修等专业服务，长期处在服务一线，频繁接触业主或客户，直接反映着物业管理企业的服务形象。

如果物业管理企业对客户投诉的信息进行分析就会发现，反映最强烈、影响最恶劣的投诉往往集中在一线员工的服务态度不佳上，所谓“好言一句三春暖，恶语伤人半句寒”，员工对业主的关切表现出来的冷淡和漠视，对业主的不尊重、不热心，都会在业主或客户心中留下难以修复和弥补的创伤。

员工的服务态度主要取决于员工的基本品德修养、员工的培训状况，以及企业的文化理念。所谓“内在自然美”，就是要在人力资源管理方面，对员工进行激励、美化、塑造，让美内化到员工精神品质中，由内而外地流露、体现在服务实践中。

一是，准确分析掌握一线员工的群体特征和需要，有针对地进行激励。一线服务员工主要来自于农村劳动力和城市失业人员。这一群体的主要特征是经济上比较窘迫，人格上需要自尊，心灵上需要归属。这是物业管理企业进行激励性制度安排的重要依据，但大多数物业管理企业却在这方面存在重大缺陷。部分物业管理企业内部仍然存在严重的用工歧视，特别是对外地农民工，一味使用约束性惩罚制度，动辄使用“大棒”，缺少正面牵引的激励性制度，管理绩效存在诸多局限。

二是，塑造员工，让他们学会树立正确的职业理念。在员工进入公司之初和工作过程当中，不断强化员工的职业意识，积极对员工进行跨工种的知识和技能培训，引导他们消除“来京打工”的概念改而树立职业发展的长期理念；引导他们消除“打工赚钱、赚一笔就走”的简单认识，树立学习脱贫、增长技能、经营生活的理念；引导他们学习发达地区的先进思想，“即使要走，也要带走大城市的文明观念；即使回到家乡，也要因为这段经历成为不一样的农民；既然到了这个组织，就要学有所成，有所收获”。

三是，设身处地关心员工生活。对员工子女入托、上学问题，在力所能及的范围内，不遗余力进行帮忙；对保安员住宿条件比较困难的问题，通过增加室内电扇、解决洗澡等方法加以解决；在高温酷热天气中，给一线员工送西瓜或清凉饮料。通过点点滴滴的具体行动，使员工体会到组织的关心，拉近员工与企业的距离，感到自己是“有组织”可以依托的人，进而有意识地维护组织的利益。

通过以上方法，虽然不会使全部员工形成主动服务意识，但确实可以有效改变员工的思想观念和职业态度，使员工形成发自内心的激励，进而产出自觉、主动、发自内心的服务，“把业主的事当成自己的事”。这种基于思想品质的服务，必将表现出心灵之美、语言之美、行为之美、和谐之美、自然之美。

二、完善物业服务中的制度性因素，形成规范美。

勿须讳言，物业管理行业仍然存在着少数不法企业侵占业主利益的各种问题，但也不可否认，物业管理行业正在不断规范。物业管理企业服务的规范性、经营的精约化和形象的品牌化正在受到业内的日益重视。规范是服务要求，精约是管理要求，品牌是发展要求。对于物业管理企业特别是新兴物业管理企业而言，要想实现快速发展，首要任务就是实现规范服务，打牢根基，即通过制度建设给外界以规范运转、规范管理的外在之美：

一是，遵纪守法，诚实守信，规范运行。物业管理属于微利行业，加之市场竞争不断升级，部分物业管理企业打肿脸冲胖子，不计成本承揽项目，造成的直接后果就是通过侵占业主或客户的合法权益转嫁成本，最终免不了出现业主与物业管理企业的纠纷。有鉴于此，国家和地方出台了《物业管理条例》、《物业服务收费管理办法》等诸多政策性文件，对物业管理行业的经营、运行等进行规范，这是有眼光的物业管理企业在长远发展当中必须关注的问题，是物业管理企业的核心层次制度，更是物业管理企业不折不扣要执行的“宪法”。物业管理企业必须进行详尽的梳理和系统的学习，既要学法用法维护自身的合法权益，更要自觉守法规范经营，特别要处理好眼前利益和长远利益的关系。

二是，完善企业规章制度，精准设置服务流程。看过电视连续剧《大宅门》的人都有感触，“大管家”在一个家庭中发挥着十分重要的作用。物业管理企业承揽项目，多以包括保安、保洁、维修、绿化、设备管理、家政等多项综合性服务为主，业务面宽泛，劳动力密集，服务内涵丰富，实质上充当着成百上千个家庭的“管家”，身负责任十分重大，要管好自身庞大的“摊子”，服务好众多的业主或客户，就必须形成完整的企业规章制度，对员工的管理、对财物的管理、对设备的管理，都必须有章有法。

在服务中，还必须结合实际，做到精细、准确、全覆盖。精细是指服务的流程要周全详尽、尽善尽美，做到最细致、最具操作性；准确是指服务流程设计要切中要害，分工要清晰明确，具有很强的实用性和针对性；全覆盖是指物业财产记录要全覆盖，职责划分要覆盖服务项目，人员配备要覆盖到位，部门与部门的衔接、岗位与岗位的衔接都要“严丝合缝”，既不能出现物业财产遗漏，更不能出现管理漏项、有事没人管的情况。

只有提供服务的主体—员工，用发自内心的自觉主动服务与企业制度的规范约束的完美结合、和谐统一，物业管理企业才会真正实现规范经营、服务到位，才会实现物业管理企业与业主或客户基于诚信品质的良好合作，在发展中形成美誉度和良好口碑，从根本上推进物业管理企业品牌建设。尽善尽美、精益求精、细致入微，将是物业管理企业长期的追求和努力向前的目标。

郑州华庭物业管理有限公司。

2015年3月12日。

**品质提升方案从哪几方面着手篇十一**

为加强学校餐饮食品安全管理，确保师生身体健康及生命安全、作如下承诺：

一、严格按照《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例、《餐饮服务食品安全操作规范》等相关法律法规及学校食品卫生管理规定从事食品生产加工和经营。

二、饮食原料及货物购进，必须按《食品安全法》有关规定，严把质量关，落实索证索票制度，按要求详细登记食品进货台账。采购的大宗食品必须是通过正当渠道进购并经国家有关部门鉴定检验认证的产品。严禁使用散装食用油。肉类必须经过检疫。进购发票如实填写销售人详细居住地址、姓名。禁止进购无商标、无出厂日期、无厂名的假冒伪劣产品。

三、食堂的贮藏室内禁止贮放有毒有害物品。各操作间必须有相应的消毒、防腐、防尘、防蝇、防鼠、污水排放、垃圾存放等设施，严防食品污染。

四、禁止非食堂工作人员进入操作间和库房。学校食堂应有食监部门核发的《餐饮服务许可证》，所有从业人员要持有效健康证，新招从业人员必须经过体检，取得《健康证》后方可上岗。

五、食堂的设备和用具，符合国家卫生管理相关的卫生要求和安全要求。餐具消毒由专人负责，餐具每餐后都必须进行严格的\'洗刷和消毒。

六、保证所出售的食品安全。完善食品留样制，不采购过期、霉烂、变质或不新鲜的食物和三无产品原料；四季豆类、野生菌类、出芽马铃薯、青西红柿等蔬菜坚决不进入食堂；不出售凉菜和剩菜剩饭，不加工或使用感官状异常的食品和原料。禁止向师生出售腐变过期食品及国家明令禁止的带毒带污染的食品。

七、加强对食堂工作人员的管理。定期组织食堂工作人员学习有关制度和规定及食品加工常识，并留有记录。建立学校食堂食品安全管理档案。

八、接受和配合上级教育行政部门或食品监督部门对本单位的食品安全进行检查监督，如实提供有关情况，并对提出的整改意见认真落实。

九、发生学生食物中毒事件，要立即上报并保护好现场，不得隐瞒。凡违反国家政策法规的，由行政执法部门依法处理。凡造成后果的，由国家司法机关追究责任人所有民事及刑事责任。

十、本承诺书一式两份，食堂一份，学校管理部门一份。

**品质提升方案从哪几方面着手篇十二**

为提高全县汽车配件产品质量，杜绝无证违法生产汽车配件，特制订本方案。

（三）严厉打击生产假冒伪劣、以假充真、以次充好、以不合格品冒充合格品、无证（工业产品生产许可证或3c强制认证证书）生产汽车配件等违法行为。

成立汽车配件产品质量专项整治领导小组，名单如下：

组长：高建秋(纪检组长)。

组员：余养彦。

余潇。

领导小组下设办公室，由质量综合管理股负责此次专项整治工作。

整治工作分四个阶段。

第一阶段：制定方案，动员部署。

时间安排：20xx年8月25日-8月31日。

落实以下具体要求：

1、按照省局、市局部署，结合实际，制定工作方案，进一步明确整治任务和措施。

2、召开专题会议，对此次专项整治工作进行认真部署，确保人员到位、措施到位、责任到位。

第二阶段：调查摸底，建立档案。

时间安排：20xx年9月1日-9月30日。

要落实以下具体要求：

1、按照《汽车配件产品基本分类参考表》、《汽车配件列入生产许可证、3c认证产品目录表》（见附件1）的相关信息，对辖区所有汽车配件的生产企业进行逐家调查、现场核实，要切实摸清企业数量、产品类型、质量管理状况等情况。对每家企业的调查情况，要认真填入《汽车配件生产企业产品质量状况调查表》（见附件2）。

2、在开展企业调查摸底的同时，要建立汽车配件企业的产品质量档案，档案要一企一挡。档案内容应包括：工商营业执照复印件、《汽车配件生产企业产品质量状况调查表》、监督抽查（含定期检验）报告，属取证或强制认证的产品还应有生产许可证或3c认证证书复印件等材料。（档案清单见附件3）。

第三阶段：强化措施，集中整治。

时间安排：20xx年10月1日-11月30日。

要落实以下具体措施：

1、落实企业承诺。要求每家汽车配件企业提交《汽车配件产品质量承诺书》，要明确承诺：一是严格按照国家产品质量法律法规、技术标准，依法组织生产，确保产品质量合格；二是承担产品质量第一责任人责任，对产品质量安全问题承担完全的法律责任和民事责任。具体承诺内容，可参考附件4。

2、定期组织巡查。在整治期间，应组织监管人员每月对汽车配件生产企业进行一次巡查。一查是否按照标准组织生产；二查是否严格落实产品出厂检验；三查属于取证或强制认证的产品是否取得生产许可证或3c认证证书；四查产品的标识标注是否符合国家标准规定；五查是否存在产品质量违法违规行为。

3、开展监督抽查。省局将制定对汽车配件生产企业进行产品质量监督抽查的具体抽查计划，安排省级质检机构负责具体抽查检验工作。要配合做好产品质量监督抽查的协助工作。

4、做好投诉受理。加大宣传，公布12365投诉电话，加强汽车配件举报投诉受理工作，对消费者、相关部门、媒体反映的我省汽车配件生产企业及产品存在质量问题、售后服务问题的，要认真受理、核实情况，并及时处理。

5、严格问题查处。对调查、巡查、抽查、投诉、媒体及相关部门发现的问题进行分类处理。一是对标识标注等一般项目不合格的，责令整改；二是对实物质量不合格的，要责令企业停产整顿；三是对涉及安全指标不合格的，要责令企业召回产品；四是对生产假冒伪劣、以假充真、以次充好、以不合格品冒充合格品、无证（生产许可证或3c认证）生产汽车配件等违法行为的，严厉查处，对涉嫌犯罪的，移交公安处理。

第四阶段：检查验收，总结提升。

时间安排：20xx年12月1日-12月31日。

1、将整治工作情况进行汇总、整理，将书面总结材料及汇总表（附件5）于12月31日前上报市局监督科。

2、做好迎接省局、市局对落实该项工作情况进行的检查验收。

（一）要主动与工商、交通部门沟通、配合，及时通报监管执法情况，有针对性地开展联合执法行动，形成监管合力。同时，要积极发挥行业协会的作用，及时了解汽车配件行业相关质量信息。

（二）要充分发挥广播、报纸、电视、网络等媒体的作用，加大对专项整治的工作成果、工作动态的\'宣传。

（三）在专项整治期间，要按照市局要求，在每月底28日前将工作进度情况上报市局监督科；专项整治中遇到涉及制假制劣的案件，需要协调的，可直接报请市局稽查队或省局执法处支持处理。遇到重大问题，应第一时间上报。

**品质提升方案从哪几方面着手篇十三**

应业委会对服务品质改善的要求，公司决定对服务品质在原有的基础上进一步提升，计划在一个月之内将各项品质提升到新的状态，实现物业服务品质的持续改进，提高业主满意度。为此将开展物业基础服务管理品质提升专项工作，目的在于提高全员服务意识、强化项目内部管理、提升岗位服务技能，为业主提供周到便捷的服务，具体实施方案如下：

一、专项工作阶段划分。

(一)动员培训阶段;。

(二)自查自纠阶段;。

(三)整改阶段;。

(四)检查验收阶段;。

(五)专项总结阶段。

二、各阶段工作重点及要求。

(一)动员培训阶段(6月1-5日)。

3、由刘总牵头，卢经理组织实施。

4、本次专项工作要求全员参与，所有的会议、培训等工作，都必须留存书面资料，每名员工必须有记录。

(二)自查自纠阶段(6月6-10日)。

2、前台及各部门加强礼仪礼貌的.培训，严抓仪容仪表及前台接待规范用语;。

3、工程部安排专人分系统进行点检，拿单返单进度要及时有效;。

4、安管部加强巡逻，特别是夜班，巡逻要查明查细，同时加强对出租屋的盘查和登记;。

5、做好每周周检记录，并及时处理;。

7、对电梯、用电、消防全面检查;。

8、加强对清洁方面的监管，卫生达到年前的状态。

1、工程部对园区内路灯进行点检，保证路灯点亮率达到95%以上;。

2、工程部要保证各楼层灯泡点亮率达到一半以上;。

6、门禁系统主板报价修复。

7、工程部必须保证供水、供电系统及电梯的正常运作;。

9、客户前台加强礼仪礼貌的培训，严抓仪容仪表及前台接待规范用语。

11、绿化部要保证绿化带的清洁卫生以及绿化修剪和种植养护。

12、消防系统修复，保证工作正常。

13、修复广播系统,修复喷泉系统,增加保安岗位、

(四)检查验收阶段(7月6日)。

1、专项工作验收由由业委会组织，楼长参与，物业刘总配合。

2、验收方式采取现场检查、岗位询问、业主回访等方式综合进行。

(五)专项总结阶段(7月9日)。

2、总结本次专项工作中存在的问题及解决的问题办法、方式等，为今后的工作提供经验。

**品质提升方案从哪几方面着手篇十四**

为加强学校饮食卫生安全管理，确保师生身体健康及生命安全，作如下承诺：

一、严格按照《中华人民共和国食品安全法》、《食品安全法实施条例》、《餐饮服务食品安全操作规范》等相关法律法规及学校食品卫生管理规定从事食品生产加工和经营。

二、健全组织机构，配置专管人员。学校校长是学校食堂食品卫生安全的第一责任人，校领导要将学校食堂食品卫生安全列入学校重要议事日程，定期召开会议，专题研究工作;建立健全食堂食品卫生管理制度及岗位责任制度与责任追究制，并对执行情况进行督促检查;制订切实可行的群体性食物中毒突发事件的应急处置预案，保证在事故发生时，能够科学、有序的处置;将食堂食品安全工作纳入学校日常管理，全面落实学校食堂食品安全的各项法律法规。

三、饮食原料及货物购进，必须按《食品卫生法》有关规定，严把质量关，落实索证索票制度，按要求详细登记食品进货台账。采购的大宗食品必须通过正当渠道定点采购并经国家有关部门鉴定检验认证的产品。严禁使用散装食用油。肉类必须经过检疫。进购发票如实填写销售人详细居住地址、姓名。禁止进购无商标、无出厂日期、无厂名的假冒伪劣产品。

四、食堂及仓库内外，必须保持清洁卫生，应采取必需的灭(防)蝇、防鼠、防其他有害昆虫措施。食堂的贮藏室内禁止贮放有毒有害物品。各操作间必须有相应的消毒、防腐、防尘、防蝇、防鼠、污水排放、垃圾存放等设施，严防食品污染。

五、禁止非食堂工作人员进入操作间和库房。严格食库专人专锁，学校食堂应有食监部门核发的\'《餐饮服务许可证》，所有从业人员要持有效健康证，新招从业人员必须经过体检，取得《健康证》后方可上岗。

六、食堂的设备和用具，符合国家卫生管理相关的卫生要求和安全要求。餐具消毒由专人负责，餐具每餐后都必须进行严格的洗刷和消毒。

七、保证所出售的食品卫生安全。完善食品留样制，不采购过期、霉烂、变质或不新鲜的食物和三无产品原料;四季豆类、野生菌类、出芽洋芋、青西红柿等蔬菜坚决不进入食堂;不出售凉菜和剩菜剩饭，不加工或使用感官状异常的食品和原料。禁止向师生出售腐变过期食品及国家明令禁止的带毒带污染的食品。

八、加强对食堂工作人员的管理，严格奖罚制度。定期组织食堂工作人员学习有关制度和规定及食品加工常识，并留有记录。建立学校食堂食品安全管理台帐。

九、接受和配合上级教育行政部门或食品监督部门对本单位的食品卫生进行检查监督，如实提供有关情况，并对提出的整改意见认真落实。

十、发生学生食物中毒事件，要立即上报并保护好现场，不得隐瞒。凡违反国家政策法规的，由行政执法部门依法处理。凡造成后果的，由国家司法机关追究责任人所有民事及刑事责任。

食堂管理委员会成员是食堂安全的主要责任人，对食堂的安全负全部责任，必须严格执行以上各条规定。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com