

3.4 中小企业声明函（服务）

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加禹州市规划展览馆的（禹州规划展览馆物业管理项目（不见面开标））采购活动，服务全部由符合政策要求的中小企业承接。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. 禹州规划展览馆物业管理项目（不见面开标），属于物业管理；承建（承接）企业为禹州市六合物业管理服务有限公司，从业人员88人，营业收入为256万元，资产总额为106万元，属于（微型企业）；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）行业；制造商为（企业名称），从业人员 人，营业收入为 万元，资产总额为 万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

.....

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。



企业名称（盖章）：禹州市六合物业管理服务有限公司

日期：2023年4月27日

说明：

- 1、从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。
- 2、中小企业参加政府采购活动，应当出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。

4.2 售后服务方案

(供应商根据谈判文件要求自行编制)

1、服务保障措施

以情动人，以理服人，营造家的氛围

(1) 通过与员工的互动交流，主动了解员工的思想，聆听员工的心声，以情动人，以理服人，并开展一些小活动来营造家庭氛围，使员工增强主人翁意识，使员工在情感上得到归属感，进一步认同公司、认同管理，增强管理处的执行力。

(2) 激励与惩罚

实行上述一系列的考评、考核办法，除每月评出量化分数作为项目及其每一员工当月绩效工资的发放大依据外，每月量化分数累计到年底还作为项目及员工年终奖和评先进的重要依据。鼓励先进，鞭策落后，提高员工队伍整体素质。

(3) 强化员工服务意识

物业管理的管理目标是通过服务实现的，它的产品是服务，无论是秩序维护、保洁还是维修都是服务。因此，强化员工的服务意识，树立“师生第一，服务至上”的服务意识，“关心人、理解人、尊重人”的观念，是提高服务质量的重要前提。

(4) 全员实行岗位责任制

以精简高效的人员架构和专业实际的岗位职责为基础，搭建学校物业服务运作框架。建立完整的评估考核体系和监督管理，对物业服务运作的每一位员工的表现进行考核评估。

（5）公司品质管理服务检查系统

由物业管理处严密监控工程维修、保洁作业、秩序维护巡查、师生投诉处理等物业服务每一个工作环节；其次，各级主管根据自己的经验，更感性地调查监管；最后，物管处对师生定期拜访，定期进行全园区的物业服务调查问卷等形式都将使物业公司的服务水准时刻处于监察状态。

（6）多方位开展员工培训

通过各种形式的培训，使管理处员工提高物业管理素质要求，从而实现预期的管理目标。

（7）员工的训练分两个层次进行，即管理层（包括潜在管理层）和操作层；对管理层训练中，注重管理职能的训练，并由其分解及制订、实施对操作层的操作训练，形成员工训练组织网络。训练让员工知道工作怎样做，还要明白为什么这样做，由被动式工作转化为主动式工作，再进行深层次的引导，提高员工的工作技能，端正工作态度。

1、搜集客户意见、建议

通过各种渠道搜集对公司发展有益的意见及建议，比如热线、网站、邮箱等，好的建议及意见及时反馈给各相关部门。各部门也积极搜集客户信息反馈，并及时发回公司，便于公司做出适于市场的调整。

2、开展客户关心、维系计划

客户群是企业赖以生存及进一步发展的重要组成部份，通过对客户的回访与沟通，逐步完善客户需求，提升客户满意度。了解对我们服务工作的反馈，以便适时的发现问题并及时解决，提高服务的主动性。

3、建立售后服务标准，规范售后服务

售后服务是对企业信誉和品牌形象的持久维护，公司售后服务要朝向专业化、统一化和规范化的方向发展，真正满足消费者的服务需求。

4、及时快速的处理投诉

所有投诉信息需及时反馈到公司的售后服务部，由售后服务部整理、过滤、检查、跟踪事件的发展，确保每一个投诉案件都得到妥善解决，并认真分析总结造成客户投诉的原因，从根本上解决问题，预防同类投诉的再次发生。

5、开展客户满意度、忠诚度调查

第一，顾客满意度调查可以提升产品和服务的质量，同时从顾客的意见和建议之中寻觅解决顾客不满的针对性的方案。

第二，顾客满意度市场调查可以让泛博消费者认识到我方对客户的高度重视性，对提升公司形象和品牌知名度有很大匡助。

实践证明，客户的满意度和忠诚度是成正比的，而且客户好的评价还会带来对企业极其有利的市场效应。客户满意度调查结果将非常有利于公司产品经营策略的调整，也有利于更深层次的客户维护和客户挖掘。通过网络，电话等各种方法，及时、高效地发现及满足客户需求，从而最大程度上提高客户满意度及忠诚度，稳定现有客户，不断吸引新客户，挽回流失客户。

(三)售后服务管理制度

1、售后服务管理目的

为规范售后服务工作，满足用户的需求，为客户提供满意的售后服务。

2、售后服务的标准及要求

- a. 售后服务人员必须树立用户满意是检验服务工作标准的理念，要竭尽全力为用户服务，决不允许顶撞用户和与用户发生口角；
- b. 在服务中积极，热情，耐心的解答用户提出的各种问题，应耐心解释，并及时报告售后服务总部协助解决；
- c. 服务人员应举止文明，礼貌待人，主动服务，和用户建立良好的关系；
- d. 接到服务信息，应在 2 小时内答复，需要现场服务的，在客户规定的时间内到达现场，切实实现对客户的承诺；
- e. 决不允许服务人员向用户索要财务或者变相提出无理要求；
- f. 服务人员对产品发生的故障，要判断准确，及时修复，不允许同一问题重复修理的情况；
- g. 服务人员完成工作任务后，要认真仔细填写“售后服务报告单”，必须让用户填写售后服务满意度调查表；