

房地产企业售后服务的重要性

◎赵文瑞

随着我国经济高速发展及二胎政策放开人口增加（有关数据统计目前我国人口近 14 亿）及城市人口流入的持续增加，人们对房子的需求量日益剧增，房地产消费依然成为推动国民经济发展的重要支柱。

房地产属综合性行业，带动着其他很多行业的生存与发展，市场发展不断加快，但对房地产政策持续收紧的情况下，房地产企业融资渠道收缩，资金回笼周期较长，同样在此情况下购房者的利益直接或间接受到损失，导致暴露出的问题也随之越来越多，以至于房地产投诉维权案件频频发生，从而直接影响到房地产企业发展。据有关数据统计，截止 7 月 23 日，2019 年全国有 271 家房地产企业宣告破产清算，而 7 月份就有 34 家，相当于每天就有 1.48 家左右宣布破产。

一、房地产企业售后服务的意义

1、房地产企业发展所需：

近几年随着我国的房地产迅速发展，同时也进入了白热化的竞争时代，使购房者对房地产企业所提供的服务日益关注。售后服务作为房地产企业服务的重要组成部分，同时也是企业最后一道防线，服务做得好，品牌就提升的快，就能赢得客户的信任。

2、房地产的行业特性决定需要有售后服务

房地产项目从开盘销售到交付最快一般都需要两年或两年以上的时间，客户所购大多数也是期房，而房地产在开发过程中，有较多的不确定性因素，如销售前期宣传内容（包括但不限于项目周边交通、教育、医疗、购物等配套宣传）及展示户型朝向、房屋结构变化等，与实际交付房屋存在差异。另一方面在房地产开发过程中受到相应政策的变化，而造成建设资金增加、建设周期延长等情况极易导致房地产开发资金链的扩张或是断裂，可能无法在约定时间内完成建设交付。正是因为这些特定因素引发了可能出现的一系列问题，而房地产开发商则需通过房地产售后部门人员与客户进行洽谈协商。

3、客户需要售后服务

随着购房者数量日益增加，房地产投诉维权也呈上升趋势。主要原因是大多数客户往往购买的是期房，在房屋交付之前，客户所掌握的信息均来自于房地产企业销售宣传内容。待交付后则发现房屋各类大小工程质量问题或由于心中所期望与现实落差较大，此时客户就希望房地产企业能够从消费者角度出发，为消费者考虑着想，站在消费者的角度切实解决消费者遇到的问题及困扰。因此就需要房地产企业提高售后服务质量，进而提高消费者满意度。

4、销售前期无法兼顾售后服务

在当前房地产市场，房地产企业都是通过成立项目营销中心，聘请自营或合作单位向市场进行宣传和销售房屋，大多数房地产企业已销售为主，往往忽略了售后服务的重要性，而无法销售与售后相结合，导致客户诉求无法得到有效解决，失去客户信任度，也因此导致房地产投诉或维权事件频发。主要原因就是房地产企业没有将服务落实到位，只注重产品的推销，却忽略产品售后服务。因此，对于目前投诉或维权事件日渐增多的房地产市场来说，加强房地产企业售后服务，提升房地产产品质量，提升服务意识是目前房地产企业面临的挑战，也是必须解决的难题。

二、房地产企业售后服务中存在的主要问题

客户服务落实不到位

随着国民消费意识的提高，对服务要求越来越高，一旦发生售后服务上的问题，或者购买的房产存在质量问题或与心中所期存在落差时，向房产企业投诉无果或无法得到满意结果时就会进一步通过网络问政投诉、或是通过发帖与媒体投诉，也或是通过联合其他与自己利害关系相同之人群诉及拉横幅等给房地产企业施压而达到自己的目的，这也是当前房地产市场普遍存在的问题，也是房地产企业急需解决的难题。相对于消费者来说，是房产纠纷的弱势群体，多数时间消费者都希望房地产企业有较好的服务意识，希望通过沟通来解决遇到的问题，而房地产企业只注重销售目标，却忽视了消费者的感受，这也是目前为什么房地产消费投诉或维权事件频发的原因所在。另一方面客户服务跟不上房地产企业发展脚步，引发消费者对房地产开发企业对立面情绪增加。

三、如何提高房地产企业售后服务水平

1、从客户利益出发，优化楼盘品质

在项目开发期间，房地产项目的建设过程中，售后管理部门应同步参与项目开发建设，提前预判及防范可能出现的售后服务问题，降低客户和企业正面对立概率，提升项目楼盘品质。

2、转变服务方式

企业在发展的过程中，应将被动模式的售后服务转变为预见性服务模式，多数人首要考虑的是解决事情，却忽略了服务对象是人，投诉事件对象也是人，因此应从解析人得角度制定有效的事件处理方案。