



# 國際領袖高峰會2014香港國際創新博覽會 2014國際傑出顧客關係服務獎頒獎典禮

特刊



# 只選好的 只做對的 恒隆地產優秀服務遍中港

物業管理是與人接觸的行業，為物業的客戶和訪客創造獨特、愉快的體驗尤其重要。恒隆地產有限公司（下稱恒隆地產）深明此理，多年來透過不同措施提升前線員工的服務水平，強化物業管理質素。今年更在「國際傑出顧客關係服務獎」囊括4大獎項，當中包括最高榮譽「最佳顧客關係服務傑出獎」，表現獲得業界認同。

**恒** 隆地產是本港主要地產發展商之一，業務遍及中港。恒隆在本港主要投資物業組合，並在90年代起逐步拓展內地市場，於主要城市建造、持有和管理世界級商業綜合項目，繼成功在上海發展地標物業恒隆廣場和港匯恒隆廣場後，亦已進入瀋陽、濟南、無錫等市場。

## 顧客與員工 從細微處做起

恒隆地產堅守「只選好的，只做對的」這項重要的承諾，從選址、建築設計、項目營運，以至客戶服務管理人才發展，都以此為依歸。恒隆地產集團事務助理董事蔡碧林（Bella）表示，「我們致力實踐可持續發展的抱負，恒隆地產的建築和服務均秉承最高質量的標準，從而回應客戶愈趨嚴格的期望。」

恒隆地產獲頒「最佳顧客關係服務傑出獎」，可見其客戶服務水平在廣度、深度和質素方面均有出色表現。為了把「只選好的，只做對的」理念有效實踐，集團從細微處入手，除了做好人力發展和培訓工作，更從前線員工的服務儀表開始，培養其使命感和歸屬感，以提升其工作表現，提高服務質素。

員工是恒隆地產最寶貴的資產，故公司投放大量資源創造理想的工作環境。Bella舉例指，針對前線員工的工作需要和挑戰，集團從多方圓面改革，如邀請本地知名時裝設計師張路歌（Lu Lu Cheung），為同事設計舒適而包含品牌元素的制服。此舉既能增加員工的歸屬感，亦可加強品牌效應。

## 完善商場服務 滿足顧客與租戶

恒隆地產的目標客戶群主要分兩類：商場顧客和商場租戶。顧客要求貼心的服務，前線禮賓服務員解答顧客查詢時，會多想一步，例如主動發問以深入了解客戶需求，甚至給予合適的建議。

恒隆地產對租戶的服務包括維修保養的層面。集團從建築設計等範

畴着手，採用優質、環保的材料，提升物業的質素。如有租戶就維修保養



▲ 在亞太顧客服務協會舉辦的「國際傑出顧客關係服務獎」頒獎典禮上，恒隆地產勇奪4個大獎，滿載而歸。

◀ Bella表示，集團實踐「只選好的，只做對的」的營運理念，致力提供傑出顧客關係服務。

現今的顧客關係服務，需要靈活變通。無論是面對香港或內地的客戶群，企業也需要清楚了解他們的喜好和需要，才能制定傑出的服務方案。恒隆地產集團事務助理董事蔡碧林



▲ 精準品牌的服務準則，兩線服務員耐心解答客戶的問題。



恒隆地產的業務遍及中港，左圖為位於上海的恒隆廣場，上圖則為香港的名店坊。



等問題查詢時，前線客戶服務員亦會細心聆聽，了解情況，再作相應安排。

## 照顧文化差異 應不同環境微調

「現今的顧客關係服務，需要靈活變通。無論是面對香港或內地的客戶群，企業也需要清楚了解他們的喜好和需要，才能制定傑出的服務方案。」Bella坦言，客戶服務已經不能「一本通書讀到老」，反而要清楚了解服務對象的需要、個性，甚至文化背景，繼而找出最合適的方式。

恒隆地產的業務橫跨中港兩地，在提供客户服务時遇到不少挑戰，其中一個重要課題便是兩地文化差異，且涵蓋內地的客戶與員工。員工方面，除了既有的人才發展和培訓大方向外，集團更特別因應個別內地城市的人文特性和習慣作出微調。「在內地發展人力資源工作，絕對不能抱單一經營理念套用於全部城市，即使地理位置接近，員工對集團都有不同的期望和要求。」

細心觀察員工和客戶的需求，願意投放資源予以配合，便是恒隆地產能夠提供給客戶服務的關鍵。恒隆地產能夠摘下多個獎項，反映集團營運理念獲得業界和社會廣泛認同，未來將在這基礎上繼續發展和努力，向更高水平邁進。



▲ 恒隆地產的業務遍及中港，左圖為位於上海的恒隆廣場，上圖則為香港的名店坊。

恒隆地產積極參與國際組織舉辦的獎項，透過嚴謹的評審制度，度量度集團現時表現之水平，「國際傑出顧客關係服務獎」正是其中之一。獎項採用嚴謹和全面的評審程序，參賽機構更有機會與顧客關係評審專家交流，從中獲得的意見可為企業帶來莫大裨益。

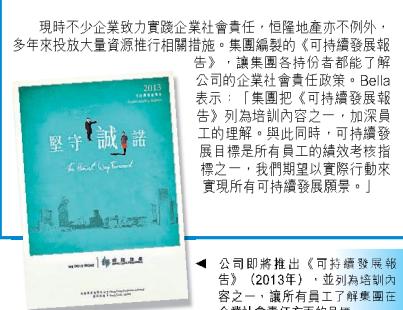
「獲獎並得到認同固然高興，但參與獎項的另一得勝，是知道集團在顧客關係服務的改善空間。於獲得參賽價值甚高的建議，使集團能制定更有效的發展方向，進一步提升顧客關係服務的質素。」對於第2次參與便能連奪4獎，集團不會鬆懈，並視之為「開端」，希望保持現有優勢，為未來做得更好。

▼ 恒隆地產贏得4個大獎，其中包括「最佳顧客關係服務傑出獎」。



除了「最佳顧客關係服務傑出獎」，恒隆地產同時獲得「最佳企業社會責任領袖獎（物業管理）」、「最佳人力發展計劃（物業管理）」，以及「最佳員工敬業計劃」，反映集團在企業社會責任、人才發展和培訓等方面均有出色表現。

## 最佳企業社會責任領袖獎 (物業管理)



◀ 公司即將推出《可持續發展報告》（2013年），並列為培訓內容之一，讓所有員工了解集團在企業社會責任方面的目標。

# 履行企業社會責任 致力培訓員工

## 最佳人力發展計劃 (物業管理)

恒隆地產業務遍及中港，現時員工數目已近4,000人。隨着內地業務逐步擴張，每開設一個新商場便會增聘400人，預期集團員工數目將不斷遞增。集團在人才發展方面早已擬定全盤計劃，協助員工發展，提升其競爭力和工作表現。

「要設計完善且有效的人才發展計劃，箇中的成功關鍵在於『有心』兩個字。」Bella坦言，集團推動人力發展計劃的決心，可見於管理層對員工活動的高度參與。除了培訓和職員友善計劃等措施，集團亦透過舉辦各類型活動讓員工了解集團的營運方針和發展計劃，培養良好的團隊精神。



▲ 集團就人才發展擬定全盤計劃，協助員工提升競爭力。

## 最佳員工敬業計劃

為嘉許在員工培訓方面表現卓越的企業，大會今年特別增設「最佳員工敬業計劃」獎項，恒隆地產亦成為得主。集團視員工為重要資產，一直致力推行各項培訓，而且十分重視培訓質素。

「我們相信，質量比數量重要。」Bella謂，集團會先分析和了解員工對培訓的期望，再根據其部門和工作崗位的特性，安排具針對性的培訓。例如前線員工須接觸有機會遇到的各類意想不到之難題或情境，故培訓時會加強他們的解難能力。



恒隆地產  
製造工作  
自強，且重視  
各質素。