

物业管理服务心理学

(第2版)

Property Services Psychology

Second Edition

于志涛 刘 芬 高丹桂 编著

Property
Services Psychology



清华大学出版社 • 北京交通大学出版社

物业管理服务心理学

(第2版)

于志涛 刘 芬 高丹桂 编著

清华大学出版社
北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

随着经济社会的发展,物业管理行业逐渐步入“以人为本,业主至上”的时代。物业服务人员必须懂得一定的心理学知识,熟练掌握心理学技巧在物业管理中的应用,有效处理好物业管理服务企业 with 业主之间的关系。

本书以项目为单元进行内容设计,共分为业主的心理特征与心理定势、业主的心理需求与服务、业主投诉心理与服务、业主情绪管理、有效沟通、员工管理心理、组织管理心理等七个模块,下设业主气质类型与服务、业主职业性格与服务、业主角色心理与服务、业主心理定势与服务、业主的服务感知、业主心理需求与服务、业主的情绪识别、业主的情绪管理、理解业主的技巧、高效沟通、员工心理保健、企业内部的心理氛围营造、企业的领导心理等十五个项目。

本书既可以作为高等院校物业管理专业的通用教材,也可供物业管理企业管理工作者和员工学习和参考,还可以作为物业管理相关行业培训教材或参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

物业管理服务心理学/于志涛,刘芬,高丹桂编著.—2版.—北京:北京交通大学出版社;清华大学出版社,2014.3

ISBN 978-7-5121-1829-4

I. ①物… II. ①于… ②刘… ③高… III. ①物业管理-商业心理学 IV. ①F293.33
②F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第022529号

责任编辑:谭文芳

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969 <http://www.tup.com.cn>
北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414 <http://www.bjtu.com.cn>

印刷者:北京交大印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:11.75 字数:252千字

版 次:2014年4月第2版 2014年4月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5121-1829-4/F·1322

印 数:1~4000册 定价:23.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。
投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

前 言

随着我国住房制度改革和住房商品化政策的持续推进,以及乡村城市化、城市现代化进程的加快,物业管理作为一个新兴的服务行业,近几年得到了长足发展,在经济发展与和谐社会建设中发挥着越来越重要的作用。为全面贯彻党的教育方针,遵循高等教育教学规律和人才成长规律,坚持以“学生为本”的育人思想,本书遵循知识、能力与素质综合协调发展及注重技术技能型人才培养的理念进行编写,确保紧扣时代特征。

本书遵循“以人为本”、“能力为本”的编写原则,力求为高等院校物业管理专业学生提供一本实用性强、针对性强的心理学教材。本书以培养学生的应用技术能力为核心,以学生终生发展为目标,注重学生分析问题、解决问题的能力,为日后从事物业管理服务与管理工作打下坚实的基础。本书的主要特色如下。

1. 结构流程化,应用整体性

在教材内容的选择与结构的设计上,坚持应用型导向,以物业管理岗位实际流程或环节为主线设计全书总体结构,彻底打破学科导向、按理论条目的逻辑顺序排列的老套路,并注重吸收最新理论前沿知识,总结改革实践新鲜经验。在具体内容设计与选择上,最大限度地贴近物业管理岗位实际,所学尽可能联系或直接对应所用。同时,注意所用内容的层次定位,即所选择的内容一定是高等院校学生能用得上,而且是必须用的。本书的编写重点是从企业宏观转为岗位微观、从战略转为实务、从理论知识转为职业技能。

2. “任务+技能”式打包,项目化教学设计

本书立足企业环境,依据物业管理涉及的业主、员工、管理者三大对象,将物业服务心理学内容分为三大部分,编写成既独立又相互联系的十五个项目进行介绍,引导学生掌握作为一名从业人员应具备的服务心理知识和技能。

3. 案例导入,情景模拟,激发学生思考

针对项目需要掌握的知识目标和能力目标,本书选择具有一定普遍性、现实性、针对性强的案例,开展讨论,引发学生思考,加深对理论内容的理解。在实际教学中,最好让学生

以模拟组建物业管理公司或岗位的形式展开课堂教与学，使用教材的教师必须视学生分组及模拟公司的具体情况而进行协调，配合教材调整教学，充分发挥教与学的积极性、主动性与创造性。

4. 情景渗透，行为导向

本书打破传统教材一贯到底的知识叙述型编写模式，构建情景渗透、理实穿插的多元化、栏目式编写模式，以更好地服务于行动导向教学的需要。在教材中明确能力目标和知识目标，设置案例导入、理论讲述、知识拓展、案例思考、心理测试、复习思考题等栏目，并结合知识内容插入服务心理案例、游戏等。

本书编写的过程中，多次和国内多所高等院校的物业管理专业骨干教师交流，与多家物业管理公司进行沟通和联系，并邀请他们对教材内容进行审阅，以保证教材理论与实践相结合。

由于高等教育改革任重道远，课程改革与建设更是改革的重点与难点，加之作者水平所限，本书难免存在不足之处，尚有心到手不到之处，敬请广大读者批评指正。

于志涛

2014年01月于重庆

作者简介

1. 于志涛（1979 年 11 月 -），男，山东临沂人；重庆第二师范学院（原重庆教育学院）旅游与服务管理系副系主任，副教授，国家二级心理咨询师；2005 年获西南大学心理学硕士学位，毕业后一直在重庆第二师范学院从事物业管理专业的教学与科研工作；先后在《西南师范大学学报》、《中国商贸》、《商业时代》等刊物上公开发表学术论文 30 余篇，主编教材 2 部；主持市级科研课题 1 项，院级科研课题 2 项，院级教改课题 1 项；主研重庆市教委重大教改项目 1 项；主研国家级科研课题 4 项，省部级课题 6 项；多次接受重庆市物业管理协会、和记黄埔、中国石油（重庆分公司）、重庆金科物业管理有限公司等企业的邀请进行“物业服务心理”、“物业管理沟通技巧”、“团队建设与管理”等专题培训。

2. 刘芬（1980 年 1 月 -），女，山东青岛人；2005 年获西南大学心理学硕士学位，毕业后在重庆邮电大学任教，一直从事于投资分析、经济学的研究；几年来，先后发表文章 20 余篇，参与省部级课题 6 项，参编教材 6 部。

3. 高丹桂，（1980 年 9 月 -），女，辽宁营口人；2007 年获辽宁工程技术大学管理学硕士学位，毕业后一直从教于重庆第二师范学院；主要从事房地产经营与管理，物业管理、管理心理学等方面的研究；几年来，先后在《调研世界》、《中国农村经济》、《商业时代》等刊物上发表文章 40 余篇，主持省部级课题 3 项，主研省部级课题 4 项。

目 录

第一篇 基本理论导入

绪论	2
----	---

第二篇 业主的心理与服务

模块一 业主的心理特征与心理定势	10
项目一 业主的气质类型与服务	10
项目二 业主的职业性格与服务	19
项目三 业主的角色心理与服务	28
项目四 业主的心理定势与服务	34
模块二 业主的心理需求与服务	48
项目五 业主的服务感知	48
项目六 业主的心理需求与服务	62
模块三 业主投诉心理与服务	75
项目七 业主投诉心理分析	75
项目八 业主投诉处理与应对	83
模块四 业主情绪管理	93
项目九 业主的情绪识别	93
项目十 业主的情绪管理	101
模块五 有效沟通	115
项目十一 理解业主的技巧——倾听、提问与复述	115
项目十二 高效沟通	125

第三篇 物业管理人员的心理与服务

模块六 员工管理心理	138
项目十三 员工心理保健	138
项目十四 企业内部的心理氛围营造	152
模块七 组织管理心理	167
项目十五 企业的领导心理	167
参考文献	179

第一篇 基本理论导引

绪 论

【学习目标】

能力目标

能熟练运用观察法、实验法、调查法和案例分析法研究物业管理活动中的有关心理现象。

知识目标

了解学习物业服务心理学的重要性；掌握物业服务心理学的研究对象及研究内容；重点掌握物业服务心理学的研究原则和研究方法。

【案例引入】

勃然大怒的业主

春节后的一天，一位业主前来物业服务中心，该男子身穿一身黑色衣服，上衣袖子上有两条白色条纹。刚参加工作不久的物业服务人员小王接待了该业主。小王认为应主动热情地为业主服务，尤其是要及时关注业主当时的状态和难处，看了该业主的穿着打扮之后，他先入为主地认为该业主家中肯定是刚刚失去了亲人。于是，小王主动对该业主说：“谁家都会有不好的事情发生，也希望您节哀顺变，一切都会过去的……”话还没有说完，该业主已经勃然大怒：“请你不要咒我……”随即摔门而去，边走边骂，炒掉小区物业的骂声响彻整个小区……

请思考

1. 该业主为什么会突然勃然大怒？
2. 物业服务人员小王错在哪里？应该怎样做？



提示：要做好对业主的服务，就应该注重研究业主的心理特征，掌握一定的沟通技巧。

一、物业管理人员为什么要学习服务心理学

（一）有助于调动管理者的积极性，实行有效管理

心理学研究的对象是人的心理现象。它不仅是一门认识世界的科学，也是一门认识、预测和调节人的心理活动与行为的科学。它告诉人们在一般情况下，人类所具有的共同心理特征和一般的人类心理发展规律，使人们能正确地认识自己，发现自己心理上的优势和不足。例如，通过服务心理学的学习，可以使物业管理了解到气质不分好坏，性格可以培养和改变，从而扬长避短，最大限度地发挥自己的优势，创造性地开展工作。通过思维的学习，可以使物业管理注意培养发散思维和创造性思维，学会运用分析、综合、比较、分类、抽象、概括、系统化和具体化的思维方法进行物业管理工作，极大地提高管理效率和水平，使管理工作更加科学。

（二）有助于了解业主心理，实行人性化管理

管理学之父泰罗认为，要提高劳动生产率，关键是要在管理者和被管理者之间建立一种和谐的人际关系。现代企业管理中有理论认为，要在管理中研究人和人的关系，人际关系处理得好，企业就管理得好；反之，就管理不好。处理好物业管理中的人际关系具有重要意义。通过服务心理学的学习，有助于了解业主心理，促进人性化管理。例如，通过服务心理学中有关态度理论的学习，可以使物业管理了解到物业管理过程中态度的重要性，从而在工作中从业主的角度出发，努力理解业主，尽可能地与业主沟通，与之建立良好的人际关系。亲切友好的服务态度和时时到位的服务等，都会使业主建立积极的合作态度，从而更加支持物业管理工作。

（三）有助于预防和化解矛盾，减少不必要的纠纷

通过服务心理学的学习，可以认识到人们之间的各种差异，如能力、个性和认知上的差异等。这些差异的存在，往往造成人们之间的矛盾。有时，这些矛盾来自管理者之间，有时，来自管理者与业主之间。在实际管理过程中，没有化解不了的矛盾，只有不懂化解方法的人。运用服务心理学的原理，动之以情、晓之以理、导之以行，会增进人们之间的理解并达到最终的谅解，还会使物业管理过程中遇到的许多矛盾纠纷得到解决，从而使管理工作有条不紊地进行。

（四）有利于树立企业形象，增强企业竞争力

日本在总结其经济发展取得成功的原因时认为，企业成功的关键在于组织起一个能干的企业队伍。在日常的生活中也有“火车跑得快，全靠车头带”的格言。面对竞争日趋激烈的物业管理市场，企业如何在竞争中站住脚并发展自己，很重要的一点取决于自己在市场中的形象和人们心中的地位。所谓物业管理，实际上是物业公司根据合同对物业，即各类房屋及与之相配套的附属设施、周围环境等实施统一的、专业化的和综合性的经营管理，并向人们提供综合性的有偿服务。因为是有偿服务，物业公司必须能真正地满足业主们的需

要，业主们才会满意。

美国心理学家马斯洛把人的需求归为5个层次，即生理需求、安全需求、归属与爱的需求、尊重需求和自我实现的需求。实践证明，这个归类是符合人类需要规律的。业主们的需求也是如此。首先是生理需求，房子为他们解决了住的需求。小区的安全保障就是他们的安全需求。这两项是低级的需求，但也是最大的需求，试想一个没有安全感的地方，即使其他服务再好，也没有人敢住。同时，业主们还希望能在居住的物业小区得到关爱、得到尊重，并从这里出发去实现自己的人生价值，即自我实现。如果物业公司能从业主们的各种需要出发进行管理和服 务，必将赢得业主们的赞誉并吸引更多的物业小区的业主，从而为企业在社会上树立一个良好的形象，在市场竞争中增强竞争力，促进企业的发展。相反，如果一个物业公司不运用服务心理学原理，不从满足业主需要出发甚至置业主们的利益于不顾，随心所欲地管理，必将被业主炒掉。

二、物业服务心理学的研究对象

物业服务心理学是心理学在物业管理中的具体应用，属于应用心理学的一个分支。物业服务心理学是研究物业管理活动中业主及相关人群的心理活动及其行为规律的科学。它研究的对象主要是业主的心理及行为、物业管理相关方的心理及行为、员工的服务心理和企业 管理心理。

物业管理 人员每天都要与人进行沟通，在工作中，与业主、同事、相关人员进行沟通；在家庭中，与父母、配偶、子女进行沟通；在社会中，与朋友沟通，也与陌生人沟通。在工作是否顺利、家庭是否和谐、做人是否成功等方面，沟通都扮演着相当重要的角色。而成功沟通的关键在于充分把握交往对象的特点，因人而异，采取不同的方式和技巧，这样才能达到理想的沟通效果。

对于物业管理 人员来说，不仅要熟悉自己的风格，更为重要的是，必须能够在对业主管理与服务的过程中，迅速识别业主的职业性格、气质类型、沟通风格等，然后有针对性地开展有效的交流与沟通。

物业管理担负着许多社会管理职能，是政府管理社会职能的延伸。例如，小区的治安、清洁、交通和车辆管理等，都体现着公安、环卫、市政、街道、规划、园林、道路、车辆等相关部门和专业机构的职能。同时，物业管理 人员还担负着与政府职能部门及专业机构的沟通重任。

物业管理提供优质的服务离不开员工的工作，员工心理素质的水平高低决定了物业管理服务质量的优劣。业主满意和员工满意是企业的两大财富，没有员工出色的工作，无法将完美的服务传达给业主，作为管理者，员工是公司的内部客户，其情绪状态不仅影响工作效率，也会直接影响与客户沟通的效果。

由于物业管理行业的特殊性，其服务与管理要通过员工与业主打交道来完成，因此在管理中不仅要 对物进行管理与养护，对人的管理也是重中之重。管理者必须懂得一定的心理学

知识,这样才可以把握员工的心理活动和行为规律,最大限度地提高群体绩效,营造一个高效的组织氛围,提高公司的竞争力。

三、物业服务心理学的研究内容

物业服务心理学主要研究在物业管理活动中主客体在交往中相互影响的心理现象和规律,其内容分为以下两个部分。

(一) 业主的心理与服务

本书主要从业主的心理特征与心理定势、业主的心理需求与服务、业主的投诉心理与服务、业主的情绪管理、有效沟通,以及员工管理心理和组织管理心理等方面进行研究。

(二) 物业管理人员的心理与服务

只有满意的员工,才会创造出满意的工作,才会有满意的业主。因此,员工的心理素质、情绪状态等在物业管理工作中显得尤为重要。本书主要从物业管理人员的心理保健、心理素质提升、情绪管理、群体氛围营造,以及管理者心理等方面进行研究。

四、物业服务心理学的研究原则与方法

(一) 物业服务心理学的研究原则

1. 客观性原则

所谓客观性原则,就是对任何心理现象必须按其本来面貌加以研究和考察,不附加任何主观意愿。人的心理虽然是在头脑里进行的活动,但它是客观现实的反映,一切心理活动都是由内外刺激引起的,并通过一系列的生理变化,在人的外部活动中表现出来。研究人的心理,就是要从这些可以观察到的,可以进行检查的活动中去研究。人的心理活动无论如何复杂或作出何种假象与掩饰,都会在行动中表现出来,或在内部的神经生理过程中反映出来,在心理学的研究中应根据客观事实来探讨人的心理活动规律。

2. 联系性原则

人生活在极其复杂的自然环境和社会环境之中,人的第一心理现象的产生要受自然和社会诸多因素的影响和制约,人们对某种刺激的反应,在不同的时间、环境和主体状况下,往往是不相同的。因此,在对人的某种心理现象研究和实验中,要严格控制条件。不仅要考虑与之相联系的其他因素的影响,而且要在联系和关系中探讨心理活动的真正规律。

3. 发展性原则

世界上一切事物都是运动、变化和发展的,心理现象也是如此。这就要求服务心理学的研究也要从心理史前发展、意识发展、个性心理发展以及环境和教育条件变化等不同方面,揭示人的心理发生和发展的规律。

4. 分析与综合的原则

把复杂事物分解为简单的组成部分和把各部分联合成统一的整体, 是任何科学深入认识其对象的有力手段。在服务心理学研究中贯彻分析与综合的原则, 至少包括以下两层意思: 其一, 心理、意识虽然是很复杂的现象, 但可以通过剖析将其分解为各种形式进行专门的考察研究, 而后通过综合将其看成有机联系的整体加以理解; 其二, 在研究某一种心理形式与现实条件的依存关系时, 也可以分别考察某一条件在其中所起的作用, 而后将其揭示的各种规律加以综合运用。综合的观点在心理学中也可以称为系统论的观点, 因此这个原则也被称为系统性原则。

(二) 物业服务心理学的研究方法

1. 观察法

观察法是有目的、有计划地观察被试者在一定条件下言行的变化, 进行详尽的记录, 然后进行分析处理, 从而判断他们心理活动的一种方法。

2. 实验法

实验法是按照研究目的有计划地严格控制或设定条件, 主动引起或改变被试者的心理活动, 从而进行分析研究的客观方法, 一般可分为实验室实验法和自然实验法两大类。实验室实验法是在特设的实验中, 借助各种仪器设备严格控制各种条件来研究心理现象的方法。自然实验法通常是在日常生活的条件下, 实验者有目的地对某些条件加以控制或改变, 以研究人的心理活动的方法。

3. 调查法

调查法是指通过书面或口头回答问题的方式, 了解被试者心理活动的方法。根据研究的需要, 可以向被调查者本人作调查, 也可以向熟悉被调查者的人作调查。调查法可以分为书面调查和口头调查两种。调查法能够同时收集到大量的资料, 使用方便, 效率高。常用调查方法有以下3种。

(1) 访谈法

访谈法是研究人员通过与被调查者直接交谈, 来探索被调查者的心理状态的调查方法。访谈调查时, 研究人员与被调查对象进行面对面的交流, 针对性强, 灵活且真实可靠, 便于深入了解人或事件的多种因素及内部原因。但访谈法花费人力和时间比较多, 调查范围比较窄。

访谈的形式可以是个别访谈, 即与被调查者逐个谈话; 也可以是集体访谈, 即以座谈会的形式展开访谈; 还可以是非正式或正式访谈, 非正式访谈不必详细设计访谈问题, 可自由交谈, 根据实际情况展开, 而正式访谈要有预先较完善的计划, 按部就班地进行。

访谈的过程有以下四个步骤: ①访谈开始, 应向被调查者说明访谈的目的和基本要求; ②逐步提问, 倾听回答, 对于谈话要收集的内容可以用脑记, 也可以笔记, 还可以用录音机

记录,以备以后整理分析;③访谈结束,要专门对材料作整理,形成陈述性材料,并作一定的统计性整理;④与问卷调查一样,最后要得出结论性的东西,如被调查问题的现状、性质,产生问题的原因,等等,并随之提出建议、意见。

(2) 电话调查法

电话调查法是指研究人员通过电话向被调查者进行问询,了解所需情况的一种调查方法。由于彼此不直接接触,而是借助于电话这一中介工具进行,因而是一种间接的调查方法。

这种方法的优点是花钱、花时不多,能调查较多的人;缺点是不像访谈法那样可以采用多种方式详细询问和解释问题,使被调查者对问题不产生误解。这种方法对于已普及电话的地区较为适用,而不适用于电话还不够普及的地方。

(3) 问卷调查法

范围大一些的调查,常采用问卷的方式进行。问卷即是书面提问的方式。问卷调查法是通过收集资料,然后作定量和定性的研究分析,归纳出调查结论。采用问卷调查法时,最主要的是根据需要确定调查的主题,然后围绕主题,设立各种明确的问题,作全面摸底了解。

常用的问卷调查法有4种形式:选择法、是否法、计分法和等级排列法。

4. 案例分析法

案例分析法是指研究人员深入相关案例单位,对研究对象进行全面的长期观察、了解、调查,研究其心理发展的全过程,在掌握各方面情况的基础上,进行分析整理,得出结果的研究方法。

【能力训练】

业主拒缴物业管理费原因调查

训练方式和步骤:

1. 5人为一个调查小组,以业主拒缴物业管理费的原因为内容,设计一份问卷调查表,到小区或大楼内做一次真实的问卷调查。
2. 结合观察法、访谈法等,了解业主物业管理费收缴现状,做好记录。
3. 对回收的问卷,调查中的各种记录,进行统计、分析,得出结论,并完成调查报告。

【复习思考题】

1. 物业服务人员为什么要学习心理学?
2. 物业服务心理学的研究对象及研究内容是什么?
3. 物业服务心理学的研究原则和研究方法有哪些?

第二篇 业主的心理与服务

模块一

业主的心理特征与心理定势

项目一 业主的气质类型与服务

【学习目标】

能力目标

在物业管理中，能够运用所掌握的关于气质方面的知识，分析、判断业主的气质，从而有针对性地进行管理与服务。

知识目标

了解气质的含义、特征及分类；掌握不同气质类型业主的行为表现及应对方式。

【案例引入】

看舞台剧迟到的人

有四个人看舞台剧迟到了，检票员不让迟到的人进去，在这种情形下，不同气质类型的人会有不同的表现。

第一个人，检票员不让进去，便想反正第一场戏不太精彩，还是暂且到小卖部待一会儿，等幕间休息再进去。

第二个人，面红耳赤地与检票员争吵起来，企图推开检票员，径自跑进去，并且还会埋怨说，剧院的时钟走得太快了。

第三个人，对此情景感叹自己老是不走运，偶尔来一次剧院，就这样倒霉，接着就垂头丧气地回家了。

第四个人，明白检票员不会放进去，不与检票员发生争吵，而是悄悄跑到楼上另寻一个地方看戏剧表演。

请思考

1. 通过这四个人的行为反应，分析判断他们分别属于哪种气质类型？
2. 在物业管理过程中，如何根据业主的气质类型进行有针对性的服务？