

客户评价制度 助房地产中介 增加收入

林心惠 limxh@sph.com.sg

客户评价制度不仅对消费者有利,也能为房地产中介带来更高的收入。新加坡国立大学的一项研究显示,在网络平台上公开客户评价的中介,交易量和佣金都比传统中介还要多。

这项研究以近900名中介为调查对象,392人的客户评价刊登在橙易(OrangeTee)平台上,其余497人则没有加入评价制度,并且追踪这两组人在去年3月到9月,以及去年9月到今年3月两个阶段里取得的交易量与佣金。

国大房地产系教授王绍荣指出,综合房地产买卖与租赁交易,让客户评价服务的中介在第二阶段完成的交易比第一阶段多,佣金也增加了5782元。相比之下,传统中介的交易量则减少,佣金收入与第一阶段相比减少17元。

他说:“房地产中介公司应通过创新应对颠覆性变化。通过客户评价的方式提供更多信息,能帮助有意买卖房地产的人更了解他们委任的中介。”

截至今年初,本地共有2万8000多名房地产中介。一些房地产公司受访时认为,若能成立集中所有中介评价的一站式平台,对消费者更有利。

HSR主席刘绍圆说,以统一的标准衡量中介服务,才能让消费者更准确地作对比。

“如果各做各的,不同的公司可能操纵标准,呈现最有利于自己的内容,这种评价就没什么意义了。”

橙易执行董事陈道俊表示,若有人发起建立统一评价平台,橙易将支持这项计划。他说:

“这将改变房地产中介的整体形象,提高服务水平……房地产科技采用的策略往往是贬低房地产中介,评价制度能更好地向消费者展现中介服务的价值。”