

耀世开盘,誉冠城南

行政部 赵家川



2013年11月16日“景茂·雍水岸”二期二批次新房源浓情开盘。据统计,开盘当天到访客户400组,其中认购客户350组,本次二期二批次6、7、11号楼共推出500套,热销300余套,销售额突破2亿。作为景茂集团的又一扛鼎力作,“景茂·雍水岸”自亮相市场以来,即受到了广大客户的关注与青睐。9月28日“景茂·雍水岸”一期一批次开盘

售罄,已经牢牢树立了雍水岸项目在双流区域的市场地位。

上午9点,随着主持人读出当天第一个选房客户的顺序号,“景茂·雍水岸”选房活动正式开始,销售现场人流涌动,虽然到访客户众多,但秩序井然。从房源选定、确认、销控到最终认购,每一个流程都可以看到正在忙碌的景茂人。热心的置业顾问也穿梭在人群中,为有疑问的客户解答。销售现场一位

姓张的客户说:“雍水岸一期一批次开盘时,因为自己的犹豫不决没有买到房,后面听到朋友买了后赞不绝口,自己也实在心动,看了好几个地方,还是觉得景茂·雍水岸独特的户型设计、宽广的景观视野、时尚的ARTDECO风格好,再加上景茂集团的开发实力,产品品质有保障,而且现在二期二批次选择面更大,就下定决心立马在这买了。”

“景茂·雍水岸”项目总占地75亩,总建筑面积约15万方,景观整体是由2个大的景观组团构成,每个组团的横向距离最低达到了65M,纵向最高的达到了120M,景观视野没有任何遮挡,视野非常的开阔,在建筑风格的材质选择上,雍水岸使用的是高档的面砖配以石材的点缀让建筑历久弥新,经得起雨水的冲刷,耐脏耐旧,10年20年以后都会非常突出建筑品质。独特的环形道路的设计,完全实行了人车分流,有效地屏蔽了空气污染及响向的光污染,同时也保证了老人小孩在园区休闲的安全,为业主创造了一个安全、舒适的生活环境。同时“景茂·雍水岸”依托大源西核心,凭借地理、环境、交通、品质等市场优势打造的高品质电梯住宅公寓,最大程度地满足追求完美、亲近自然地高素质居民需求,是大源西区稀有一线楼盘。

目前,“景茂·雍水岸”二期的工作正有条不紊的推进,预计在春节前实现第三次开盘,拟以灵活、有效、快速的销售模式抢占市场先机。纳数千米江安河景观入厅堂,环江水城市美景做花园,景茂风凰这边独好!

浅谈“集团标准化建设”重大意义

文彦琳

集团从五年前的单项目开发到如今的多项目开发,未来可能会跨区域、多模式、多业态产品开发,目前集团已进入快速发展期,企业管理要跟项目快速开发的节奏,其管理需要提高,需要变革,就需要寻找并设定一个切入点,从这个切入点引爆变革的管理变革。企业标准化建设就可以作为我们提高企业规范化管理的切入点,纵观当前成功房企走标准化是企业在生存与竞争的必经之路,虽然可能会短期增加人力、物力成本,但从长远发展来看,是利大于弊的。标准化引导作用发挥好将大大提高工作效率同时也会大大减少成本,稳定完善的基础管理是企业发展的基石。下面我们简单说说国内主流房地产公司的标准化情况和标准化建设目的:

一、国内主流房地产公司的标准化情况

1. 星河湾、恒大:项目全盘复制,从规划、户型、立面到装修、景观、设计图纸可以沿用,只能作细微性调整。
2. 富力、珠江:材料设备的标准化。便于统一采购,降低成本;

3. 万科:产品标准化,部品工厂化。

二、标准化建设的目的:

1. 快速扩张的需要:土地成本上升和土地出让的透明化,房地产准入门槛越来越高,中小企业越来越难以生存,在规模化快速扩张的同时,必然带来管理上和融资上的难度。实行标准化,提高人力资源和资金利用效率,才可能在有限的人力资源和自有资金的前提下实现快速扩张。
2. 统一采购、降低成本:统一设计标准有利于统一招标采购,实现规模效益,降低建造成本和节约周期。对简化开发企业与供方关系,规范管理行为也很有利。
3. 提高设计质量:一次性设计,作坊式生产带来了难以克服的设计及建造的质量通病。好的产品一定是长时间反复推敲得来的,并经过市场检验,在客户反馈中不断完善改进。成熟复制有利于保障设计水平,降低开发风险。
4. 构成产品线,形成品牌效应:将产品划分几种最常见的的基本类型,采用相同的案名及营销策略,形成品牌效应,增加项目附加值。

中国大部分企业必经几个坎,做到5年为一个坎,做到10年至15年是一个坎,15年以后将面临一个大坎,对大部分企业来说,不可能那么远,甚至可能某些企业老板就抱着“不求天长地久,只求曾经拥有”的“微短视”心态,这样的企业对企业标准化和产品质量用不着太在意。但我们集团不是这样的企业,我相信董事长一直把这个企业当成自己的孩子那样看待,希望这个企业健康长寿。健康的企业成长要经历“小—稳—强—大—久”五个阶段,前面两个阶段的主要任务是解决生存问题,我们集团成立前5年,董事长一直坚持的“稳、准、快三字经”非常符合企业成长所处阶段的管理要点。集团马上进入下一个五年期规划了,但我们集团或多或少的存在一些问题,面临的正是一道坎,急需谋变的,不是如何把企业做大,而是如何把企业做强。

我们集团想要做强,首先考虑的应该是强化我们的标准化内部管理和提高产品质量,这就需要公司管理方法上进行一场变革。回到本文前面的论点,以标准化建设作为我们管理变革的切入点,所以要全面的看待标准化建设的必要性,通过一系列的标准化变革集团产品质量提高了、管理水平提高了,我们就获得的是企业长足发展的资本!

九寨之旅

JING MAO ZI TUAN
FENG HUA ZHENG MAO
2013

行政部 高世

“神奇的九寨啊，人间的天堂”这首动听的歌几乎让每个人都向往去九寨亲身体验那童话般的世界，幸运的我与同事们在公司组织的统一同前往这美丽而神奇的土地。

早上5:30我们带着疲惫的睡眠，坐上汽车展开了九寨沟的旅程。沿途经过了美丽的都江堰、汶川、茂县、松潘，见证了地震灾区的巨大变化。经过几个小时的行程，旅游车终于到达黄龙山脚，一路向黄龙攀援着，这是一条起始平缓，进而崎岖，盘旋而上的天路。四座雪山，蜿蜒盘旋的公路就在山麓上，从车窗里很清楚地看到，山上放牧着成群结队的牦牛，山的顶端是蒸腾氤氲的云海，其景象之壮观。我们穿梭在其中，导游在车上不断地介绍着黄龙的颜色，但耳闻不如目见，当黄龙最漂亮的景色“五彩池”出现在眼帘时，我们已经完全陶醉在其中。传说中的“人间瑶池”，大小不一，错落有致，水质显出不同颜色，清澈明丽，行云流水，相映成趣，营造出一种空灵，隽永的意境。我们就好像到了一个仙境，都举着相机争先拍照。

要下山了，仍是意犹未尽的离开。我们选择步行下山，半山腰中也有不少美景，沿着栈道，我们一路下山，一路上走走停停，半山腰还有很多的池子和红叶树。走到山脚，天空突然下起大雪，第一天的行程在片片雪花的包围中结束了。

第二天早上，一进入九寨沟景区，顿时浓浓的大自然气息扑面而来，漫步在弥漫着雾气的沟间感受他们和煦的情趣以及野花依偎着勃发的小草，没有刻意的伪装，显得很轻松、很自然！

我们乘坐观光游览车直达顶端“原始森林”站，下车便看到巍峨耸立的山峰顶上还覆盖着皑皑白雪，沿着由石头或木板修筑而成崎岖陡峭而下。

“黄山归来不看山，九寨归来不看水”，水是九寨的精灵，九寨以水、湖、泉、瀑、溪、河、滩连为一体，高低错落的瀑布声轰鸣，大大小小的海子清澈见底，树在水中生，水在林中流，水中景色随风而动，一步一变幻，千姿万彩，变幻无穷。树林里光影斑驳，条理清晰，山、树、海彼此映衬，蓝绿相间的海子，美之极致。水面平静时它就像一面镜子，将地上与空中的景色丝毫不失真地复制到了水面上，显现出“鱼在云中游，鸟在水中飞”奇观。

一幅幅优美的画卷让自己得到了神话般的世界一样，真有亲临其境世外桃源般的感受，心中豁然开朗，忘去世间所有烦恼，陶醉其中，流连忘返，这便是九寨的神奇之处。

三天的旅程匆匆结束，难忘的星蓝的刺眼的天空，白的透明的云朵，被云环绕的雪山和大自然的香气。



公司组织优秀员工外出旅游

人力资源部 许彬

景茂集团自成立以来，一直注重企业文化的建设，在不断完善公司管理的同时，始终坚持“以人为本”的理念，组织开展各种文化活动，培养大家的主人翁责任感，有效的调动员工的敬业精神和团队协作的团队精神。

为了表彰、奖励在过去一年里为公司发展和建设做出突出贡献的优秀员工，公司决定，作为奖励形式，特组织“2012年度优秀员工”分批前往重庆武隆和九寨沟为期三天的外出旅游。本次旅游的目的是为了激发广大员工的工作热情、发挥大家的积极性、主动性，增加员工的归属感，使大家的身心得到充分的休息和放松。而通过旅游，大家开阔了眼界，增长了知识，相互间增加了了解，增进了友谊，更加切实地感受到公司对广大员工的关怀和爱护，在全公司上下形成了一个团结协作、奋发向上的良好氛围。

在企业做大做强同时，公司也会将文化活动办的有声有色，让全体员工在紧张的工作之余放松心情，享受生活，让大家有归属感，才能将饱满的精神和热情投入到工作中。

江山如此多娇—重庆武隆两日游

策划部 潘梓

重庆境内的武隆似乎上天恩赐最多的地方，除了有世界自然遗产风光，天坑、地缝、天生桥、沿河等，冬季还可以在仙女山上赏雪玩雪，夜晚草场旁的仙女山滑雪场更是让人食指大动。

为了丰富我们的生活，公司组织我们跟着旅游团，踏上了去武隆的旅途。一大早，我们从重庆出发，沿途我们听着导游对仙女山的讲解，在心中不断勾勒画出美好的风景。

武隆地处在河滩上，有限的地域让这个县城建起许多高层建筑。我注意到一个有趣的现象：这里楼房和建筑的外墙多数是蓝灰色调的，那绿色的河就是乌江。车沿江走着走着遇到一个很高的大坝，坝上有一座很高很美的山，一眼望去，可以看到坝两边落差很大的水库和河。这是乌江的支流“芙蓉江”，它就是从刚才过的江口流入乌江。这时，车边驶过一团团像雾像云的白纱，缭绕在山间江上，一个弯道一隔一切美景都呈现在眼前。

芙蓉洞是一个大型石灰岩洞穴，其形成于第四纪更新世（大约120多万年前），发育在古老的寒武系白云质灰岩中。洞内深部稳定气温为16.1度。芙蓉洞主洞长2700米，游览道1860米，底宽12—15米以上，最宽69.5米；洞高一般8—25米，最高48.3米；洞底总面积37000平方米，是世界唯一被列为世界自然遗产保护的洞穴，其庞大的洞体，丰富的洞穴沉积物不但征服了各国洞穴专家，更倍受众多前来观光的游客青睐。

我们第二站是素有“东方瑞士”之称的仙女山国家森林公园。那里平均海拔1900米，33万亩的森林与10万亩的草场形成天然的自然“氧吧”，是重庆周边最大的高山草原。在这里，我们忘记了城市的喧嚣，工作的繁忙，嗅着略带湿润的空气，漫步或小憩，享受自然带来的惬意……让烦躁的心情统统散去，让疲惫的身体得到休憩。

最后一站是天生三桥，它是全国罕见的地质奇观生态型旅游区，属典型的喀斯特地貌。景区以天龙桥、青龙桥、黑龙桥三座气势磅礴的石拱桥称奇于世，属亚洲最大的天生桥群。具有雄、奇、险、秀、幽、绝等特点，经历了上千万年的风雨。张艺谋曾在这里拍摄了《满城尽带黄金甲》，是整部电影唯一的外景拍摄地点。

在天生三桥的天龙桥的坑洞有一座座青瓦灰墙的古色古香的四合院，院落前挂着的灯笼上写着“天福宫”三个字。该建筑群建于唐武德二年（公元619年），地处“钻天堡”和“白果堡”间之要津，是古代吉州和黔州官方信息传递的重要驿站，后毁于兵燹。该建筑群位于武隆天坑，天生三桥的青龙桥下，坑底有峡谷大道，宽约5米，仿如古时驿道，可通行木制车、骑马。房屋位于道旁，屋顶顶天龙桥万丈深渊所笼罩。四周岩石峭壁，灌木苍翠，有一种阴深萧瑟之气氛。

我沿着从山壁上硬凿出的“栈道”向黑龙桥走去。狭窄而高高的拱桥让我想起了贵州壮观的大七孔景区，它唯一的区别就是大七孔有水，这里没有水。我想，如果是雨季，这里一定会有溪水从脚下流过的。

回程路上天气极好，都还意犹未尽的感觉，此次旅游团里人虽然来自全国各地，但是一起共渡的两天，还是让人难以忘怀，有缘千里来相会，天下没有不散的筵席，就此旅程就在大家得惬意和欢声笑语中结束了。



2013年第五届员工大会

行政部 汪琪真

又是一年金秋好时节，2013年11月1日，集团公司2013年度第五届员工大会在古朴典雅的双流锦绣城生态旅游会议中心顺利召开。集团高层和开发公司全体员工参加了会议，本次大会主要包括六项议程，由董事长助理王洪同志主持会议。

“随着公司业务的增长，截止今日，全集团已有员工200余人”，在人力资源部副经理对公司人事情况进行讲解的过程中我们开始了会议的第一项：7-10月份入职的新员工自我介绍。新员工们走进景茂后的感悟和了解，在场的老员工们对新同事们的加入都表示热烈欢迎。公司在“选、育、留、用”人才方面，注重外部引进和内部培养相结合，会议进行到第二项，由10月28日新晋升的三名案场主管代表马秋华做晋升发言。“有能力就有提升，机会是给有准备的人”，公司的潜力无穷，我们的机会就更多，我们要跟随公司共同进步；在公司高速的发展过程中，信息化程度是决定了一个组织工作效率的重要标准，OA系统作为今年的一个重要节点，公司在今天正式启用进行资料审批。会议的第三项，由行政部吴晓刚经理宣讲《OA系统管理办法（试行）》；经公司领导研究决定，对公司管理架构进行了调整，会议第四项议程由董事长助理王洪对公司新调整架构与领导分工，以及新部门职能进行一一讲解。对于此次的调整是公司为了适应当前和未来发展的组织管理架构所调整的；

自7月份以来，全员在董事长的带领下，我们围绕今年经营目标“三盘齐发”而努力的工作。会议进行第五项，由各板块及相关负责人对上阶段工作进行总结，并对下阶段计划做出安排；最后，由熊董事长做重要讲话。

此次会议的召开，正是“一年一个变化，三年一个大变化，五年一个大变样”公司目标实现之时。会上，熊董事长对各个板块关于上阶段的工作成绩给予了肯定，并指出9月28日雍水湾项目1期1批次开盘所开创了双流区域开盘当日清盘的销售奇迹。

根据公司年度经营目标，结合阶段工作，熊董事长对全员提出以下十点要求：1. 确保接下来的4次开盘。2. 全面做好按揭回款工作。3. 全面推动土地拓展工作，多渠道收集土地信息，科学进行项目评估，力争在年内实现新项目的取得，为明年的发展打下坚实基础。4. 全面熟悉与掌握交房新规，确保在12月25日前正式向二期2批次客户交房。5. 完成环球中心新办公楼的装修和配套设施安装工作，确保在春节前能顺利入驻。6. 切实重视安全管理工作，突出抓好“工程建设、小区管理、民工款支付、公司财物与个人人身安全”等四方面工作。7. 抓好年终各项工作。8. 抓好品质管理具体事项的落地工作。9. 重视OA系统的使用，严格执行相应管理规定和《签批管理规定》。10. 财务和成本控制都要做好核算、汇算工作，招标采购部要为业务开展提供有效资源，客户服务部要及时办理客户产权，设计研发要做好“西部项目”和“新项目”的设计研发配合工作。

对于公司的发展，熊总还提出未来五年公司的战略发展设想，希望全体景茂人秉承“诚信、务实、融和、共享”的企业文化，各部门再接再厉，奋力拼搏，扎实工作，为公司新一轮发展做出新的更大贡献。



第十四届中国西博会 成都达州商会开江分会·开江项目对接洽谈会

行政部 蔡佳

2013年10月22日，成都达州商会开江分会在成都友家锦江酒店举行“第十四届中国西博会成都达州商会开江分会·开江项目对接洽谈会”。开江县委副书记、开江县委副书记、县人民政府县长李逢友、开江县委副书记李先忠、开江县委常委、县人民政府副县长高建君、开江县人民政府副县长刘远高、漆莹文、樊继承等政府领导出席会议。达州商会秘书长郑国、常务副秘书长谢明出席会议。开江分会会长熊正宽、副秘书长李明武及在蓉部分会员代表、老协代表及相关工作人员共计40余人出席会议。

本次会议的主旨是利用本次西博会上开江政府推出的招商项目，组织在蓉企业家回开江进行商务考察，促成校企合作。会上开江分会会长熊正宽首先通报了商会工作运行情况及商会工作构想。商会会员单位企业家代表也分别进行了发言，与在场的领导和社会会员分享了一些经验和成果，获得阵阵掌声。接着，达州商会领导也对达州商会部分工作安排部署进行汇报，对商会的安排及部署，各政府领导及会员单位领导都予以支持。在热烈的掌声中，开江县委副书记、县长李逢友通报了开江经济社会发展情况，通过本次通报，各企业家对家乡现有发展有了了解，也为企业家们在开江投资发展提供了有利数据。最后，开江县委书记罗勇作了重要讲话，重点是对开江全县可投资项目进行了介绍，以及对开江近几年来改变作了通报。

会后，领导们在友家酒店餐厅进行用餐。



01 楼市动态 / Industry information

九月成都住宅成交2万余套。据统计，9月成都市成交商品住宅21455套，成交面积为208.6万 m^2 ，其中，主城区成交82万 m^2 ，占本月总成交39.3%，环比下降20.1%，同比下降60.7%；郫县成交127万 m^2 ，占本月总成交60.7%，环比下降22.7%，同比下降51.6%。从行政区来看，本月高新区以30.7万 m^2 成交量，居于首位；双流以23.2万 m^2 次之，新都以22.5万 m^2 排在第三位。从面积段看，本月热销的户型仍为刚需产品，90 m^2 以下销售占45%的份额，其中70-90 m^2 产品销售量最大；其次为首改产品（90-130 m^2 ），占比为36%；其次为130-150 m^2 产品，占比为8%，150 m^2 以上大户型销售占了11%的比例。

02 政策动向 / The housing market dynamic

成都首套房贷利率最高上浮15%，二套房贷上浮25%。部分银行针对首套房贷客户，贷款利率在基准利率的基础上均有不同幅度的上浮，比例从5%~15%不等；而二套房贷利率是最低上浮10%，最高的达到25%。造成各楼盘之间基准利率上调幅度不一的原因，主要是两个方面，一是银行和楼盘开发商之间签署的合作协议约定，二是购房者自身的资信情况。换句话说，即使是同一家银行，面对不同的楼盘和不同的购房者，给出的政策也不尽相同。

03 行业信息 / Policy Trend

成都入选全国首批智慧城市示范城市。科技部、国家标准委日前批准成都等20个城市为全国首批20个智慧城市示范城市。成都目前已制定《成都市智慧城市示范方案》，将重点实施智慧基础设施、云计算中心两大基础建设，构建数据共享交换平台、IT能力开放平台、移动支付电子商务平台、“城市一卡通”多应用平台、视频共享平台等5大公共平台等，促进成都智慧城市建设。

论品质建设对物业公司发展的重要性

景茂物业 王敬

公司于9月开始提出“品质建设”的要求,并立即跟进组织实施,逐步建立品质管理体系。“品质”应该说是物业公司所在行业的立足资本。尤其原物业公司要想专业化、市场化、打造自身的物业品牌,那么品质建设及提升就是必不可少的一项重点工作。从公司管理者到每个员工都应该知道什么叫品质,以及品质对物业公司发展的关键性、重要性。我们必须要了解整个品质理念、品质体系、品质管理及操作流程,清楚品质是什么,才能更好的去接受、执行和落实品质建设工作。下面是我对品质工作的一点浅见。

物业服务主要是为业主提供一个安全、整洁、舒适、温馨的环境,赢得业主对物业公司的信赖。提升物业服务的品质是多方面的,而提高物业服务品质主要有四个基本途径:一是加强员工培训,不断提高员工自身综合素质,优秀的员工是提升物业服务品质的保障;二是做好业主的投诉处理,不抱怨业主,而是把业主的投诉作为改进和完善物业服务的基准点;三是培养品质管理习惯,遵章办事,一丝不苟;四是诚实守信、履约践诺、信守物业服务合同。物业管理属于

服务性行业,所提供的商品即是服务,它的各项管理说到底都是为业主提供各项满意的服务。如何使业主满意,是每一个物业服务从业人员在不断思索和总结的问题。物业公司必须持续改进自己的服务质量才能满足业主日益提高的需求。“勿以事小而不为”,把业主的每一件事情都要当作大事来切实落实;“勿以恶小而为之”,对损害物业形象的每一个细节,都不能当作小事而置之不理。改善服务质量要从点滴做起,要使每一点改善都能带给业主更大的方便与满意,这就是物业服务的生命源泉。

任何一个高效率、高品质的企业都基于团队力量,而这个团队力量则建立在每个人、每个部门的“服务意识”上。现在很多很多的物业企业把原公司名称的“管理”更名为“服务”,这样也许工作性质没有太大的变动,但物业从业人员的态度,已悄然发生转变,从原味的管理心态转换成服务心态,即非常自然地原来要求业主应该怎样,调整为要求自己应该怎样,对待业主的态度也改变了,考虑更多的是如何让业主更满意,以业主需求为导向,不断提高服务水平,将服务提升作

为物业企业发展的方向,这也是业主关注的焦点,一切工作围绕业主展开。以精湛的专业技能为业主服务,业主才会感受到我们的价值。业主在“认可”与“感受”的同时,就逐步强化了对物业公司品牌的忠诚度。

那么物业公司如何提升服务品质呢?应主要从以下几方面着手:一、加强员工培训,不断提高员工的各项综合素质。物业管理不同于其他行业,有时它对员工道德素质的要求要高于专业素质,所以在对员工进行专业技能培训的同时更应该注重个人素质方面的培训。要不怕被业主指出缺点,学会感谢业主提出意见,给予改正和进步的机会,使业主从逐渐了解到最终理解、信赖物业公司。二、作好业主投诉接待与处理,把业主投诉作为宝贵资源。业主的投诉是送给物业公司最好的礼物,物业人员必须面对面、以积极的姿态正视业主的各种投诉,不断反省自我,把业主投诉当成最宝贵的资源,才可以及时发现管理与服务中的不足,尽可能的去改进服务,促进管理服务质量的不断创新与提高。总之,业主的不满就是物业公司工作改进的方向。

打造精英团队

—景茂集团中高层领导力提升培训

人力资源 申丙欣

为适应公司业务快速发展,提升中高层管理人员综合领导力,进一步打造精英团队,人力资源部于11月9日在瑞熙酒店组织、实施了《中高层领导力提升》的培训课程,特别邀请国内知名沙盘模拟培训专家王翔先生担任此次培训的讲师。

集团公司主管级以上共40人参加了此次培训,不同于以往传统的授课式培训,此次培训将学员进行了分组,共形成五个相互竞争的模拟运营团队,并给每个团队安排了一名高层管理人员作为观察员,充当客户、旁观者及监督者的角色。通过沙盘演练的模式让学员亲身参与其中,在实际案例操作中对管理者的定义及角色有了更清晰的认识,同时通过对任务完成情况的分析、总结也看到了自己作为一名管理者在管理工作中还存在的不足。

课程中老师与学员积极互动,课堂氛围既紧张又热烈,公司高层管理人员作为观察员对学员的表现进行了点评,并且分享了各自在日常管理工作中的经验得失。课程最后熊董事长也做了精彩点评,希望所有的参训者能将所学的内容应用在实际工作中,让我们的管理团队变得更加专业、高效。

老师说,世界上最遥远的距离是从心到手的距离。培训让我们了解了标准,认识了不足,但我们还要将这些收获在实际工作中不断实践、总结,才能最终实现自我提升。当我们的管理者完成了从优秀到卓越的蜕变,才能将景茂这个团队打造成一只战无不胜的精英团队。



好服务=好收益

景茂物业 余高群



物业是一个劳动力密集的行业,提供的产品“服务”很特殊、抽象、不可储存。物业服务已提升为顾客时代,我们不再理解目前的物业而面临着更多的考验。顾客更客观、更理性,要求也提升到了更深层的精神层面上——生活方式。他们不再只是要求有优良的房子、舒适的环境等外在条件,而更多的是在意是否有亲切、便利的、高品质的服务和良好的生活气氛。而我们要想有好的收益就只能在服务上下工夫,提高服务的品质以现场的效果最为明显、直接,因而顾客的感知是最为重要。

让顾客能客观感知的有以下几点:一是可靠性,服务人员应信守对顾客的服务承诺,凡承诺的事都要努力去做到,凡做不到的不可轻易承诺。二是敏感性,对顾客的要求、疑问、抱怨、迅速反应、快速处理,且以顾客的立场去处理,设身处地为顾客着想,让他们感到被尊重,以客为尊,以礼相待,熟记顾客的姓名及特殊需求,倾听他们的意见耐心处理他们的问题。这足以让顾客充分感知物业的服务品质,让其愿意信赖。三是可信性,服务人员相关的业务应有足够的知识并处理能力强,才能让顾客有信心。四是有形性,如人员制服、服务动作、服务语言等都应用心规范以增加顾客对服务品质的认知与感受。

人是感性的也是理性的,一个会心的微笑、一句贴心的安慰、一个标准的敬礼、一声友善的提醒,有开始没有结束的好服务自然能得到顾客的认同,自然就能得到相应的良好收益。

亲切的服务+温馨的环境=物业的经营。