

房地产客户核心触点管理之精装交房验收核心要点解析

课程背景

卖方市场的时代背景下，大部分地产公司都是产品思维以“房子”为核心，而极少关注“居住者”，往往投入 70%的资源却只抓住业主核心关注点的 30%，如何能做到只投入 30%资源却可以抓住业主核心关注点的 70%？

中国房地产的客户时代，客户体验管理是产生客户粘性的不二选择，客户的体验管理核心是业主触点管理，而“交付”是产生客户转介绍的最重要触点！在地产企业野蛮生长的黄金十年，大部分开发商都没有足够动力过多的关注“居住者”，让很多购房者从“买楼”到“收楼”都有从“将军”到“奴隶”的失落感。

赵老师 13 年以来一直以验房顾问身份陪伴在购房者身边，同时在与万科、中海、保利、融创、华润、绿地、碧桂园等前十名标杆房企合作过程中实践总结出“房屋交付业主触点管理”体系课程，从基于业主视角的“产品”、“服务”及“体系”三个方面管理业主体验，协助地产商把每一份钱都花在业主的心坎上！提升业主满意度及转介绍率！

课程亮点

- 广度：从质量触点到服务触点；
- 高度：分享标杆企业优秀做法；
- 实操：图文并茂流程表单齐全；

课程收益

- 通过课程，能及时了解客户服务发展方向
- 通过课程，能快速学习购房业主核心触点；
- 通过课程，能真正掌握客户粘性关键密码；

课程大纲

一、 客户体验管理的重要性。

客户体验管理的来源、理论基础及重要性；地产行业发展阶段解析；购房者群体分析

二、 业主触点管理解析（“4-2-3-1-3”）

1、交付前（准业主）：

- 1) **4道“防火墙”**：“五大专项”-消除重大隐患；“多轮模拟验收”-确保一次做对；“交付评估”-最重一道防火墙；“业主开放日”-与业主建立连接。
- 2) **2把“勾魂剑”**：报进度-让业主“看见”；送惊喜-走心的互动

2、交付中（新业主）

- 1) **3个“贴心人”**：接待岗-一见钟情的惊喜；验房岗-打造一流交付军团；“即时修”-消除B类问题，让业主见识“快”、“准”、“狠”的快修威力。
- 2) **1个“暖心家”**：交付环境-让业主见识“家”的快乐。我们1%的失误，对于客户而言，就是100%的损失

3、交付后（磨合期业主）

- 3碗“阳春面”**：快维修-见证快、准、狠的威力；定期检-履行责任；回避风险；常关怀-优居行动、温馨提示、节日关怀、邻里春游、运动生活、细节致胜

三、 业主体验管理体系建设

- ✓ 业主体验管理体系建设发展阶段及特点
- ✓ 如何在工程线进行客户意识训练
- ✓ 业主体验管理体系建设闭环及优化迭代

四、 业主体验管理案例分享

- ✓ 案例：中海案例；万科案例。

课程相关

【培训对象】：适合于工程部、客服部、物业管理等相关部门骨干人员，与业主满意度相关的管理团队。

【培训形式】：现场专家讲授，课堂互动，案例分享，结合学员实际工作进行研讨。

【培训时间】：0.5-1 天。