

- 营销部、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

年底必修课程

中国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。**中国房地产现在进入客户时代，“交付”对业主来说是幸福生活的开始，而对开发商来说是“下半场”生存战的开场！**只有客户粘性才是客户价值二次变现的唯一途径，客户体验管理是产生客户粘性的不二选择！

本次课程授课老师 13 年以来一直以验房及交付顾问身份陪伴在购房者身边，同时协助万科、中海、保利、融创、华润、绿地、碧桂园等**前十强标杆房企管理业主核心触点提升满意度**，在此过程中实践总结出“业主视角核心触点管理（MOT）”体系课程，从基于业主视角的“产品”、“服务”及“场景”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！增强客户粘性，为存量房时代客户价值二次变现夯实基础！

课程高占及收益

所讲皆所实践 醍醐灌顶 茅塞顿开

- 【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；

- 【及时了解】客户服务发展方向；
- 【快速学习】购房业主核心触点；
- 【真正掌握】客户粘性关键密码；

【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。

课程内容

有思路 有方法 有案例 学以致用

一.总则篇

- 1.房地产行业变革及困惑
- 2.客户时代的新特点及新挑战
 - ✓ 交房纠纷的新趋势
 - ✓ 房地产纠纷的六大类原因
- 3.客户体验管理的定义及重要性解析、满意度测评模型解析
 - ✓ 房地产行业发展阶段及客群特征分析
 - ✓ 房地产客户全生命周期体验地图
- 4.交付核心工作拆解
 - “416”-“4阶段 16个关键任务”
- 5.交付服务策略和定位
 - “体验式交付”思维模型
 - 客户需求层级与交付策略
- 6.“**体验式交付**”组织模式、**工作流程**

7. “体验式交付”活动岗位目标和职责、工作任务分工

二.实战篇

1. “体验式交付”前风险预控和交付准备

✓ 前介阶段风险预控及实施流程制度、要点

案例一：融创地产客户敏感点前介管理（风控前介检查表单）

✓ 4道“防火墙”打造零瑕疵产品：“风险查验”-严守法律底线；“五大专项”-消除重大隐患；“模拟验收”-确保一次做对；“交付评估”-最重一道防火墙

案例二：广州中海-“整改推动”案例分享

✓ 持续提升产品力行业标杆做法分享

案例三：融创地产-《缺陷反馈案例库》

✓ 产品美化

案例四：佛山万科产品美化-交付评估满分项目产品亮点分享

✓ “业主开放日”-与业主建立连接

案例五：碧桂园-业主开放日视频案例分享

✓ 讨论：如何保证“规定动作”落地不变形？

2. “体验式交付”活动现场管理

✓ “交付式交付”服务模型-产品+服务+场景

✓ 交付服务“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C类问题，让业主见识“快”、“准”、“狠”的快修威力。

✓ 场景打造-“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

案例六：华润地产豪宅项目交付服务案例分享（交付服务）；

案例七：中海地产刚需项目服务案例分享（维修服务）；

✓ 集中交付期客户价值裂变

✓ 集中交付期表单明细及使用要点解析

案例八：龙湖及万科表单使用案例

✓ 交付期的法律问题处理-“交付六问”（法律责任界定、风险规避、注意事项及标杆房企常用表单）

✓ “房闹”处理攻略

3. 零星交付管理

✓ 启用维修第三方法律责任规避-“三级发函”

4. “体验式交付”持续关怀

✓ 交付后集中维修管理：刚需业主核心关注点，集中维修分包单位管理、激励、流程表单。

5. “体验式交付”后评估

案例九：南京万科交付后评估

案例十：广州中海交付后评估

6. 交付地图“416”及风险控制矩阵表

三.行动篇

1. “体验式交付”管理执行要点

(1) “落地”比“高大上”重要

(2) “人”比“房子”更重要

“客户粘度档案”建立（阶段划分-行为特征-客户类型-粘性建立”五步法”）

(3) 服务比专业更重要

案例十一：万科精细化服务实践案例分享-“优居行动”、“琢玉计划”

(4) 讲故事比做事情更重要

案例十二：保利地产“抖音”实践案例分享

(5) “好玩”比“严肃”更重要

2. “体验式交付”沙盘演练

✓ “人”与“事”的核心驱动因子

✓ 沙盘规则

✓ 评分规则

✓ “体验式交付”沙盘：根据实际交付案例分组推演，策划出PPT版“交付地图”，并推举代表上台汇报，分组PK打分排名，对优胜组进行奖励。

作业要求：

在所有步骤中必须区分出核心关键步骤，并提出突破方法

内容必须包括如何保证“标准动作”的落地及如何激发“创新动作”