

物业公司品牌建设

课程背景

品牌是企业或产品个性化的字号，其无论是对企业还是消费者来说，都是重要的。在当今国际国内市场竞争日趋激烈的情况下，品牌作为企业最重要的资源之一，可以在众多竞争者中脱颖而出，极大地降低营销成本，使企业在争夺市场中占据有利地位，夺得更大市场份额，获取超额利润，促进企业成长。对消费者来说，在商品同质化严重的市场环境下，已经没有过多的时间花在产品或服务的选择上，需要很畅然的做出某项购买决定，因此也离不开品牌。

然而有的企业对品牌概念认识不清，抱着短期功利思想匆忙投身于品牌建设，没有打造品牌应有的内涵和核心价值，以及对创建所耗费的企业资源估算不足，品牌起不到应有的作用。

课程目标

本课程就如何进行物业管理品牌建设、品牌推广、品牌提升作详细的讲解、分析，帮助物业企业管理者掌握打造企业品牌的系统性知识，并能够付诸于实践。

课程效益

对于企业本身而言，真正做出人们认可的品牌，必须首先明白自己的根本需求是什么？所具有的长处都有哪些？眼下不可化解的矛盾、纠纷、缺陷和不足都有哪些？并专门针对这些方面，做到宏观及微观的调控与严格把握，在实践中充分做到一丝不苟的规划与严格执行，这才是最健康良性的企业所应具备的，也是实现品牌战略的必备条件。

参加人员：物业企业的中高层管理人员、项目经理、管理处主任和相关经营管理者。

课程特色：品牌建设理论体系构建 + 行业案例分享 + 操作技巧演练

授课课时：1-2天

主要内容：

第一讲物业管理品牌建设概述

- 1 物业管理品牌形象的构成要素
- 2 练好内功——品牌的基础
- 3 物业管理品牌的创建思路
- 4 物业管理品牌策略
- 5 不同发展阶段的品牌策略

第二讲 CIS 设计——打造良好的企业形象

- 1 品牌与 CIS 的联系
- 2 导入 CIS 的前期工作
- 3 导入 CIS 的基本程序
- 4 企业实态与形象调查
- 5 CIS 问题诊断
- 6 CIS 总概念报告

第三讲物业管理品牌推广——品牌建设的基础核心

- 1 品牌定位与包装
- 2 物业品牌外部传播策略

第四讲精细化管理——夯实品牌建设基础

- 1 业务流程化
- 2 制度要创新
- 3 作业标准化
- 4 记录表格化

第五讲质量——物业管理品牌的生命

- 1 建立服务质量管理体系
- 2 提供高品质的服务
- 3 开展 5S 活动
- 4 开展 QC 活动提升质量

第六讲创优达标——推动品牌提升

- 1 创优达标概述
- 2 创优工作的规划与组织
- 3 创优达标的准备
- 4 迎接考评
- 5 创优达标成果的巩固

第七讲企业文化——品牌创建的利器

- 1 企业文化建设概述
- 2 企业文化建设的规划
- 3 企业文化手册的编写

第八讲社区文化——提升品牌知名度和美誉度

- 1 社区文化概述
- 2 社区文化建设前期工作
- 3 制订社区文化活动方案
- 4 社区文化活动的开展
- 5 社区文化宣传