

# 龙湖地产客户服务体系在地产产品全生命周期的服务品质保障

## 【课程提纲】

### 前言：

地产物业的全生命周期理论介绍

## 第一部分 地产客服的主要工作介绍

### 一、产品客户服务前期管控

项目开发前期介入

项目前期开发工程中客户风险管控

项目前期与物业公司前期服务介入的衔接

售楼处服务设计、方案评估、满意度管控

### 二、产品各阶段服务提供

交房阶段客户服务

1) 交房启动会

2) 交房风险评估：房屋质量、公共区域设计、图纸与实测等

3) 工地开放日：开放日的组织工作、敏感业主的接待、返修监控等

4) 集中交房期：集中交房组织工作、交房过程监控、业主心声监控、敏感业

主接待、协调物业公司工作、返修管理协调、客户报事完结率监控、客户关于

产品质量投诉处理

5) 稳定期客户服务：有关产品质量的维修管理、物业客户报事完结率监控、

物业客户投诉及处理的监控

### **三、地产产品提高业主满意度的重要工具**

1、为什么龙湖要做磨合期 1、2 客户满意度调查？

案列：磨合期客户满意度调查分析

2、龙湖提高业主满意度的关键管理工具和指标是什么？

3、龙湖拉动企业不断跑在行业前列的因素有哪些？

4、客户忠诚度靠什么去提高？

### **第二部分、龙湖地产客服提高龙湖产品竞争力的主要管理手段**

1、交房期重要控制指标的管理逻辑（干货）

2、各阶段客户满意度调查的方法及价值

3、诚信负责的客返修整改工作

1) 返修工作的关键管理点

2) 返修工作地产客服的工作特点

3) 龙湖对于返修工作的管理工具

4、客户分级管理

1) 分级管理的意义

2) 如何进行客户分级

3) 分级管理的要求

4) 不同类别客户的价值

5、一个秘密武器、一个回顾

### **第三部分、龙湖物业客户服务体系在产品服务中的作用**

1、龙湖物业前期介入

## 2、售场管理是龙湖物业前期服务的一大亮点

案例：龙湖售场的体验式营销服务

## 3、龙湖物业提高客户满意度的经验分析

1) 龙湖物业服务的目标

2) 龙湖物业服务的理论依据

3) 龙湖物业对客服务的几个重要的侧重点分析

1) 依照业主关注度精准服务

2) 龙湖高满意度背后的“MOT”关键触点管控

4、地产品牌价值需要物业服务去延续，提高业主忠诚度

## 第五部分、物业招投标中需要把控的要素

### 一、物业的资质

### 二、如何现场考察一个物业公司的管理水平

1) 现场基础管理的感官

2) 设备机房的保养程度

3) 设备保养计划及执行记录

4) 消防突发应急反应

5) 人均管理面积

6) 前台客服人员的礼仪礼貌

7) 查看报事记录

8) 暗中检查保安门岗在不同阶段的执勤状态

9) 夜间拨打客户服务电话

### 三、物业管理费测算

物业管理费常规的各项占比饼图

1、管理服务人员的工资、社会保险和按规定提取的福利费等；

1) 岗位设置的原则

2) 岗位劳动定量

3) 国家规定的相关费用

2、物业共用部位、共用设施设备的日常运行、维护费用

1) 大型设备维护

2) 日常维修

3) 公共能源

3、物业管理区域清洁卫生费用；

保洁成本（人员成本、物料成本）

4、物业管理区域绿化养护费用；（养护成本、每年投入成本）

5、物业管理区域秩序维护费用

1) 消防成本、安防成本

2) 秩序队员人员成本（人员、器材、宿舍等）

6、办公费用；

7、物业管理企业固定资产折旧；

8、物业共用部位、共用设施设备及公众责任保险费用；

9、经业主同意的其它费用。