

# 房地产全面客户服务建设

讲师：李豪

**课程简介：**房地产企业的竞争从资源竞争（土地）、产品竞争、市场竞争升级到客户和服务竞争，是房地产企业真正走向全面竞争的表现。全面客户服务是全方位持续提升客户满意度和忠诚度，它的建设大大改善房地产企业与客户的关系，获得市场真实客户需求，赢得市场认同，创立品牌房地产企业重要方向。

**课程时间：**2天

**课程对象：**房地产企业高管、项目公司管理人员、营销管理人员、服务人员、销售人员

**课程收益：**

- 1、了解什么是全面客户服务体系，以及全面客户服务对房地产企业价值、品牌的影响力；
- 2、学习和掌握房地产企业客户关系管理组成，以及相互关系和如何落地；
- 3、学习和掌握房地产项目开发客户服务的全过程，重点学习如何从售前、售中赢得客户认同和满意；
- 4、学习和掌握全面客户满意度建设的作用、方法和评估手段，以及如何建立客户投诉处理系列规范。

**课程大纲：**

- 1 认识全面客户服务
  - 1.1 认识客户关系管理 CRM
  - 1.2 客户服务与企业品牌的关系
    - 1.2.1 房地产服务的竞争力
    - 1.2.2 房地产品牌的力量
    - 1.2.3 客户服务对品牌三层影响力

#### 1.2.4 万科服务品牌价值提升

### 1.3 房地产企业价值与客户价值关系

### 1.4 以客户为导向的战略的意义与作用

### 1.5 客户服务理念的建设

### 1.6 全面建设客户导向文化

案例：万科的服务理念、万科客户服务的五个阶段

## 2 房地产客户关系管理

### 2.1 客户服务组织结构与分工

### 2.2 客户服务战略框架

### 2.3 客户服务文化与理念建设

### 2.4 客户导向开发实施方法

### 2.5 客户细分与细分服务

### 2.6 客户服务 OA 系统建设

### 2.7 客户服务考核制定与体系建设

#### 2.7.1 客户服务考核的定质与定量

#### 2.7.2 客户服务 KPI 考核实施

案例：龙湖的服务标准化

## 3 房地产项目全过程客户服务

### 3.1 房地产项目开发全过程服务理念

### 3.2 项目售前服务

#### 3.2.1 客户需求研究服务

#### 3.2.2 客户会构建的意义与作用

#### 3.2.3 潜在客户的转化

#### 3.2.4 有效的售前服务降低营销成本

### 3.3 项目售中服务

#### 3.3.1 客户体验服务

#### 3.3.2 透明销售服务

#### 3.3.3 透明开发服务

### 3.4 项目售后服务

### 3.4.1 交房验收服务标准化

### 3.4.2 物业管理服务标准化

案例：万科万客会的售前服务，绿成的售前、售中服务

## 4 客户满意度管理

### 4.1 认识客户满意度

### 4.2 客户服务衡量指标与客户满意度 (TCS)

### 4.3 房地产企业全面客户满意建设的层次

### 4.4 客户服务指标体系与模型

### 4.5 全程客户体验提升满意度

### 4.6 产品创新、服务创新提升客户忠诚度

#### 4.6.1 房地产服务创新的六大方向

### 4.7 合作伙伴满意度提升

### 4.8 内部客户满意度提升

案例：星河湾和龙湖的全面客户体系

## 5 全面客户满意评估

### 5.1 客户满意度信息（数据）收集主要途径

#### 5.1.1 调研访谈

#### 5.1.2 同行与业界评价

#### 5.1.3 内部考核评估结构

#### 5.1.4 合作伙伴业绩评估

### 5.2 客户满意度调查评估

#### 5.2.1 调查周期与计划制定

#### 5.2.2 客户满意度调查的内容和范围

#### 5.2.3 客户满意度调查的方法

#### 5.2.4 客户满意度调查总结与分析

#### 5.2.5 满意度调查应注意的事项

### 5.3 内部客户满意度评估主要方法

### 5.4 全面客户满意总结提升

#### 5.4.1 全面客户满意评估手法和方法

#### 5.4.2 客户满意度提升方向分析

#### 5.4.3 客户满意度提升实施方法

案例分析：万科 TCS 管理模式、龙湖地产、绿城集团、浙江坤和的客户服务体系

### 6 客户投诉处理规范化建设

#### 6.1 投诉处理服务规范

#### 6.2 投诉受理服务规范

#### 6.3 客户沟通服务规范

#### 6.4 客户回访服务规范

#### 6.5 投诉责任问责服务规范

#### 6.6 投诉赔偿标准与服务规范

案例：万科的客户投诉规范