

物业案场服务品质提升及创新案例

课程背景

中国房地产企业发展至今，各地房企之间一直呈现出白热化的竞争，房企之间的这种竞争最直观的体现就是通过在房屋销售阶段的营销策划、活动和案场物业服务来体现房屋的整体品质。越来越多的业主也更明白在购买房屋时能选择到好的物业企业是未来生活中最为重要的一环，因此如何通过房屋销售期间与准业主通过短暂、体贴、周到的服务来快速建立起良好的关系，并能够全面、及时地了解 and 掌握业主对物业服务需求，成为了物业服务企业与业主第一次接触的重要的一次亮相。通过此次课程解析如何能通过案场有限地空间展现出物业服务企业的专业、敬业。

课程收益

- 1、了解在房屋销售阶段物业服务在其中的重要性；
- 2、解读在销售案场导入物业体验式服务的意义；
- 3、通过案例分享和解读如何通过精细化管理和创新服务体现物业服务品质；

课程纲要

时间安排 DAY1:09:00-12:00

开讲讨论：业主买房是购买什么？

业主买房前和买房后有什么变化？

第一讲：在房屋销售阶段导入物业服务的重要性

- 1、 房地产销售阶段导入物业服务的意义
 - 1.1 业主期望什么样的物业服务
 - 1.2 设立以顾客为中心的服务理念
 - 1.3 采取人性化的服务方式
 - 1.4 提供满足个性需求的个性化服务项目
- 2、物业服务岗位在销售阶段的设立
- 3、项目前期资料的收集、汇总、整理
- 4、物业服务在前期销售配合中的作用以及对后期物业服务的影响

第二讲：怎样彰显销售案场的服务品质

- 1、销售案场服务品质体现（人员、现场、服务）
 - 1.1 建立标准化服务形象
- 2、建立服务标准化流程以及实施
 - 2.1 推行标准化服务流程
 - 2.2 形成标准化质量管理体系
 - 2.3 打造职业化的服务团队
- 3、导入体验式营销的意义
- 4、项目案场的 8S 管理
 - 4.1 “8S”管理的具体内容
 - 4.2 大厅布置标准
 - 4.3 前台物品设置标准

- 4.4 卫生间标识标准
- 4.5 定位物品的复位标准

时间安排 DAY1: 14:00-17:00

第三讲：客户关系管理、维护及案例分享

- 1、服务案例分享及解析（6-8个）
 - 1.1 客户细分的具体内容和收集信息要点
 - 1.2 项目进度书面函件沟通的意义和作用
 - 1.3 客户需求调查及客户课堂的筹备
 - 1.4 其他客户服务类事项的准备
- 2、销售案场现场的创新案例分享及解析

第四讲：销售期间与各相关部门人员的沟通、配合与协作

- 1、平等畅通的沟通机制、沟通渠道的建立
 - 1.1 与施工建设单位的沟通机制的建立
 - 1.2 与销售服务人员的沟通机制的建立
 - 1.3 与物业服务配合人员的沟通机制的建立
- 2、有效服务沟通的原则
- 3、团队沟通的技巧
- 3、重大事项、销售催销活动的配合与协作
- 4、项目重要资料收集、重要时间节点的记录和相关资料的储存