
从普通到卓越---物业管理服务品牌建设

【课程大纲】：

■物业管理服务基本特征

■行业：行业资源枯竭导致品牌是物业服务企业发展的基础

■客户：客户的需求决定于品牌是物业服务企业生存的根本

■品牌的三个效应对物业管理企业的作用：

磁场效应

扩散效应

聚合效应

案例分析：如何打造一个成功的物业管理企业品牌

■物业管理服务品牌核心：

■品牌理念与物业服务企业核心价值观的对接

■品牌文化与物业服务企业文化的融合

■品牌意识与客户为中心的物业服务企业宗旨的整合

■物业管理服务品牌基础：

■ 树立品牌意识是物业管理服务品牌建设的前提

■ 完善的规章制度和高素质的从业人员是物业管理服务品牌建设的基础

■ 提供优质高效的服务是物业管理企业品牌建设的保证

■ 理念创新、服务创新是物业管理企业品牌建设的必由之路

■ 实行人才发展战略，构建人才发展优势，整合资源优势，培育核心竞争力

■ 质量文化与物业服务质量控制

■ 品牌服务文化、服务信誉与客户忠诚度管理

■ 物业管理服务品牌延展

■ 物业管理服务品牌核心产品价值观建立

■ 物业管理服务品牌外形产品形象构造

■ 物业管理服务品牌延伸产品形象体系建立

■ 实现物业服务的有形化、产品化和可感知性

■ 从工业化产品结构设计中设计物业服务品牌结构

■ 物业管理服务品牌建设的六大策略

■ 物业管理服务品牌建设的八大步骤与过程

■ 物业服务品牌管理与维护

■ 物业服务品牌的危机公关处理

■ 未雨绸缪——物业管理服务品牌建设应注意的误区和矛盾

■ 企业扩张与物业管理服务品牌管理的矛盾

■ 人才储备与物业管理服务品牌质量的矛盾

■ 企业财务利润与物业管理服务品牌价值的矛盾

■ 物业管理服务品牌建设与品牌维护管理的矛盾

案例分享