

<<最新物业管理速查手册>>

图书基本信息

书名：<<最新物业管理速查手册>>

13位ISBN编号：9787501786107

10位ISBN编号：7501786100

出版时间：2008-11

出版时间：中国经济出版社

作者：王静 编

页数：378

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<最新物业管理速查手册>>

前言

据不完全统计,目前我国物业管理从业人员大概有300多万人,城镇物业管理覆盖率达到50%左右,北京、上海、深圳等大城市都能达到70%甚至90%。

而中小城镇的物业管理眼下也正处于方兴未艾的阶段,其人数和规模可想而知。

但与物业公司的蓬勃发展相比,物业公司的管理还处于起步状态,正规化程度不够,远远跟不上现代化小区的发展和民众的实际需要。

最近几年,物业纠纷也层出不穷,某些小区物业公司与小区业主甚至剑拔弩张。

这主要是由于当前的物业管理存在不少问题。

比如服务意识较差,少服务多收费或者乱收费,有的甚至经营共用部位谋取自身利益。

另外,有的物业管理企业和公用部门之间责任划分不明确,有的开发与物业管理不衔接,还有销售前期的虚假承诺等。

总的来说,物业市场还需要进一步的规范。

《最新物业管理速查手册》从实际的物业企业需要出发,对工作中可能出现的问题进行了详细的阐述,是物业管理人员不可多得的一部工具书。

《最新物业管理速查手册》涉及面广,从如何进行物业市场开拓到物业最新法规内容,都做了详细的阐述和说明;《最新物业管理速查手册》实用性强,紧密结合了物业管理实际工作中可能出现的问题和需要注意的方面,可以作为物业管理人员的培训教材或备用工作手册。

<<最新物业管理速查手册>>

内容概要

《最新物业管理速查手册》从实际的物业企业需要出发，对工作中可能出现的问题进行了详细的阐述，是物业管理人员不可多得的一部工具书。

《最新物业管理速查手册》涉及面广，从如何进行物业市场开拓到物业最新法规内容，都做了详细的阐述和说明；《最新物业管理速查手册》实用性强，紧密结合了物业管理实际工作中可能出现的问题和需要注意的方面，可以作为物业管理人员的培训教材或备用工作手册；《最新物业管理速查手册》易查易用，将庞大的物业管理体系细化为实际工作中的常见问题，提高了物业管理人员的使用效率。

《最新物业管理速查手册》紧贴最新的法律规定和最普遍的实际难题，既可以作为物业管理人员实际工作的备查手册，也可以作为物业企业中高级管理人员的日常管理参考书籍。

<<最新物业管理速查手册>>

书籍目录

- 一、 物业市场开发管理1. 物业市场开发管理的内容有什么？
2. 如何制定物业管理企业市场营销策略？
3. 如何提升物业管理项目的市场价值？
4. 物业管理品牌的内容有哪些？
5. 如何创建物业管理品牌？
6. 如何选择合适的质量认证标准？
7. 如何在物业管理企业中推行ISO 9000质量体系？
8. 物业管理企业的资质等级有哪些？
- 二、 物业招标投标管理1. 物业招标方式有哪些？
2. 物业招标投标的程序有哪些？
3. 招标文件的主要内容有哪些？
4. 投标书的基本要素有哪些？
5. 如何编写物业管理投标书？
6. 编写投标书时应注意哪些问题？
7. 如何签订物业管理合同？
8. 签订物业服务合同时注意事项有哪些？
9. 物业合同的变更和解除如何处理？
10. 如何对物业管理专业分包进行质量控制？
- 三、 物业前期管理1. 物业前期管理的主要内容有哪些？
2. 物业前期介入费用的支付如何处理？
3. 物业接管验收需要做哪些准备？
4. 物业接管验收工作的程序和内容有哪些？
5. 物业接管时应注意的问题有哪些？
6. 业主入住前需要做好哪些准备？
7. 业主入住的相关程序和文件有哪些？
8. 物业验收时应注意哪些问题？
9. 装修管理的程序有哪些？
10. 常见的违章装修有哪些？
11. 对违章装修应如何处理？
12. 物业的档案管理的主要内容有哪些？
13. 如何建立物业档案管理制度？
- 四、 物业收费管理五、 物业财务预算管理六、 物业人员管理七、 房屋维护管理八、 设备维护管理九、 物业治安管理十、 物业卫生管理十一、 物业环境管理十二、 房屋租赁管理十三、 物业纠纷和投诉管理十四、 质量品牌管理十五、 其他物业管理十六、 物业最新法规十七、 附录

章节摘录

物业管理开发管理的内容有什么？

传统市场营销内容，是简称为4P的四个观念，即产品、价格、促销、渠道。

现代服务营销理论在传统营销理论上又增加了3个要点而形成7P的概念，即参与者、服务操作过程、无形产品的有形展示。

物业管理开发的理念也是建立在这个7P之上的。

传统营销的关注点是关注产品、关注价格、关注促销、关注渠道，而物业服务经营模式属于内藏服务营销的范畴，除了传统营销的4P之外，还需要：服务的参与者（即业主），服务过程和服务的有形展示。

通过对服务全过程的整体推广和营销来提升业主的认同感和满意度。

因此，在物业管理开发时，应当充分重视除产品、价格、促销、渠道以外另外三个重要因素，即参与者、服务过程和有形展示。

只有让业主和消费者感受到越来越受到企业的重视，才能使物业服务更具有独特性，从而拓展市场，争取顾客份额，进而打败竞争对手。

而物业服务的实践工作也证实，消费者满意度较高的物业企业，无疑是在重视传统营销4P的同时，又重视了“服务参与者”；重视了“服务过程”，又重视了“有形展示”的。

而相对消费者满意度较低的，当然又各有各的原因了，但仔细分析肯定能发现，在运用现代服务营销手段，在与业主的沟通方面，对服务过程的控制上，在利用有形展示的程度，或多或少存在主观方面做不到位问题。

<<最新物业管理速查手册>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>