

VIMEGA

維美時代

VIM AGE



從哪裏開始？

VIMEGA

- 好公司？ 不好的公司？
- 房地产行业分析
- 企业的可持续性发展
- 企业的利润构成
- 构建蓝海战略
- 美家会的诞生
- 维美时代， How Can ?
- 维美的变革： ERP——OA,CRM, POM
- 维美变革分析
- 从哪里开始？



好公司？不好的公司？坏公司？ VIMEGA

企业真正的成长应该通过**保持健康的**增长**规模和公司盈利能力的****提高**来增强公司实力。

好公司的评判

第一项指标是**规模增长率**；

第二项指标是**盈利能力增长率**；



好公司？ 不好的公司？ 坏公司？ **VIMEGA**

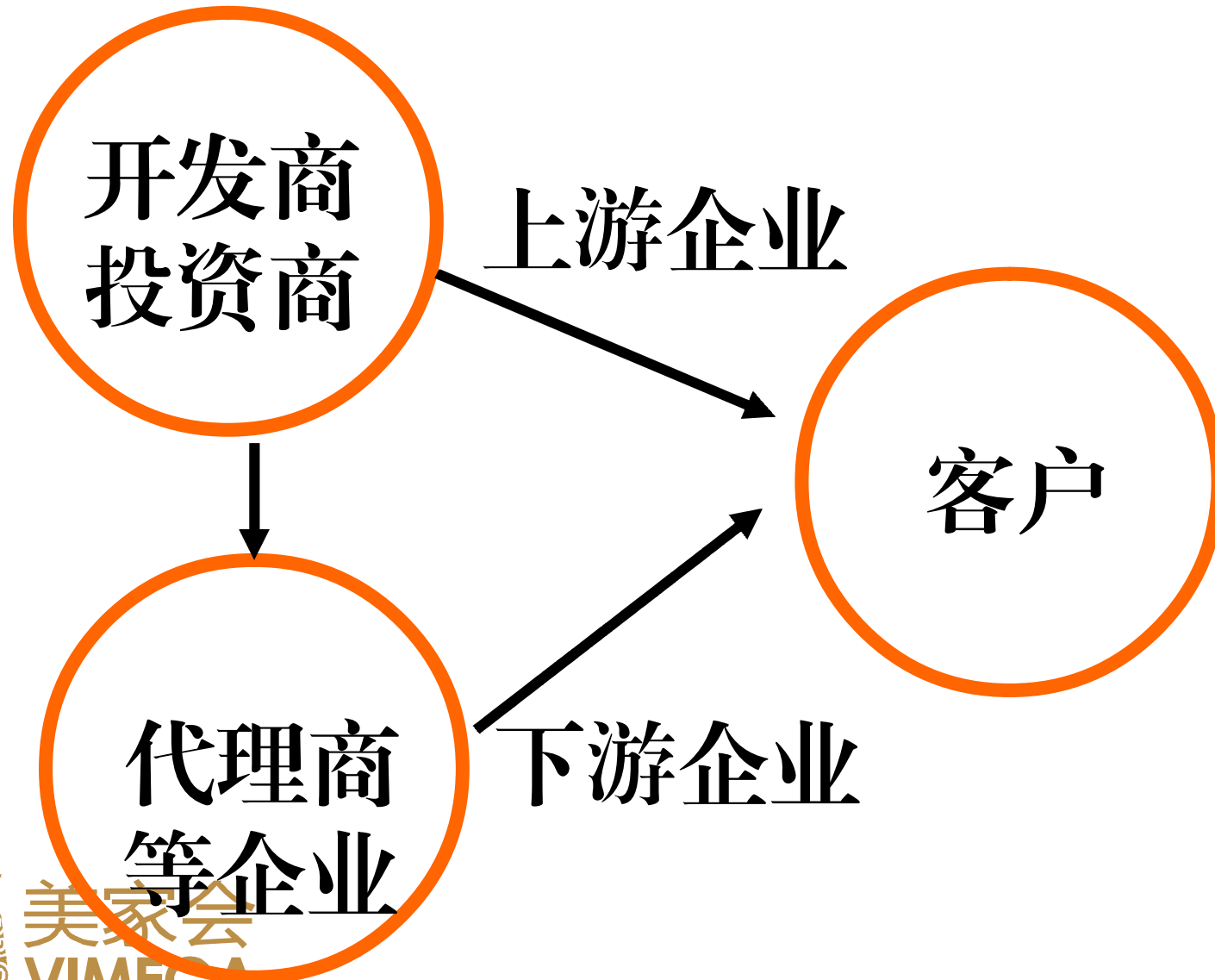
关键点：

企业可持续性发展能力；



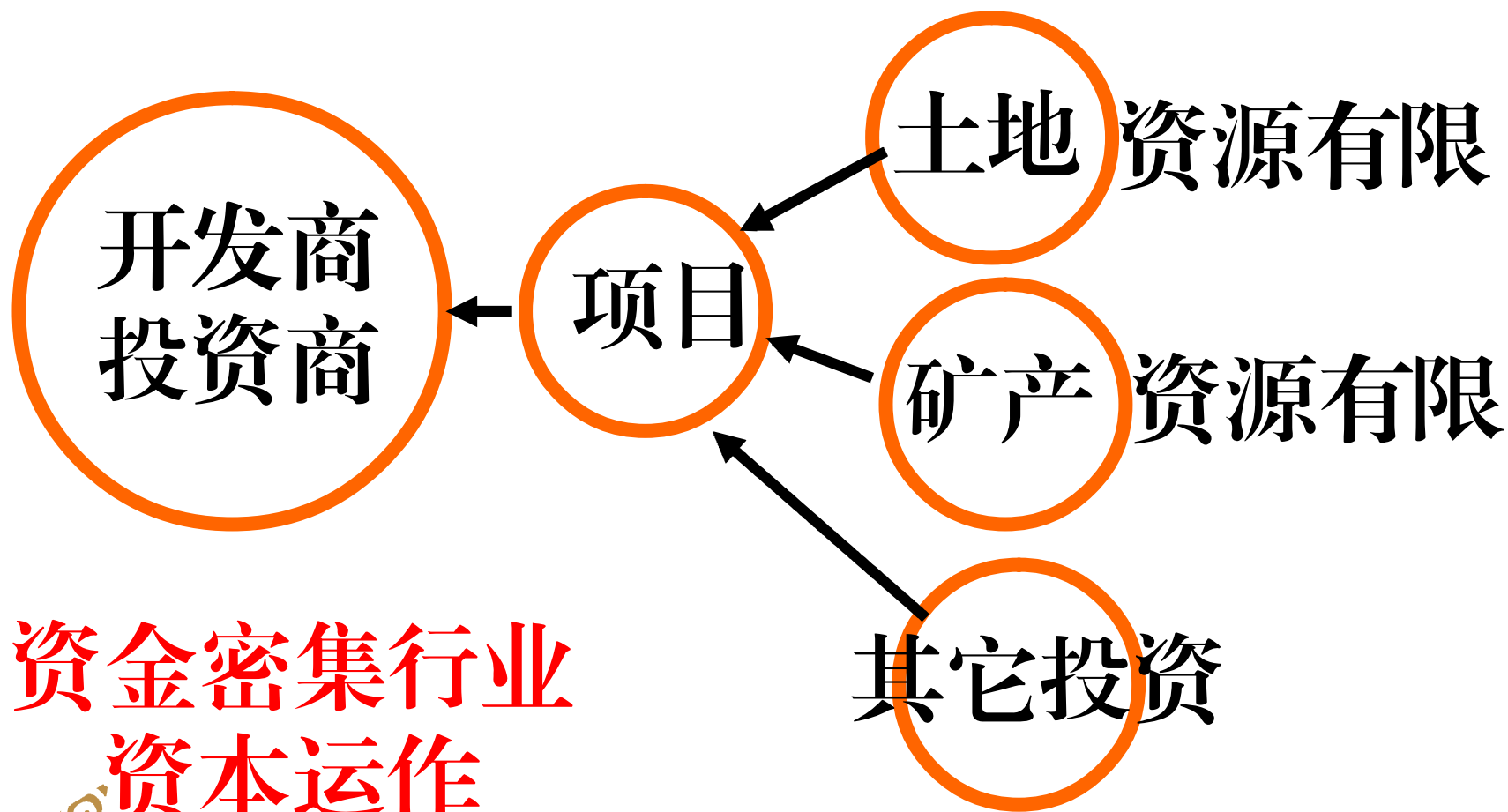
中國的房地產企業食物鏈

VIMEGA



開發商之路

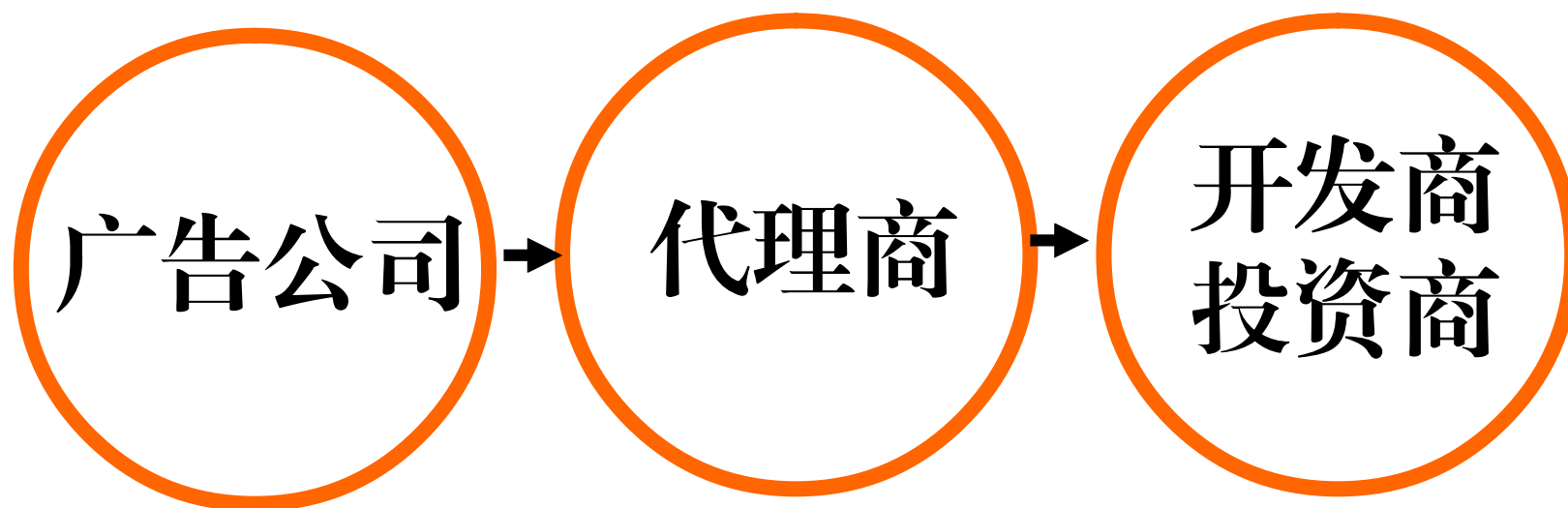
VIMEGA



资金密集行业
资本运作

代理商之路

VIMEGA



地產銷售怪圈

VIMEGA

开发商A

销售员A

代理商A

销售员B

开发商B

代理商B

销售员C

代理商C

销售员D

开发商C

销售员E

美家会
VIMEGA
VIM BEA...ATE BROKER VIP CLUB

工作标准:从上至下, 个体户

东打一枪，西打一炮
开发商、代理商、销售员
总是在消亡的
主要原因

企业的可持续性发展在哪里？

柏联地产，大朝地产的不约而同

赛伦地产，官城地产，俊发地产的变化



地產之冬？

VIMEGA

- 国务院调研深圳断供 预测断供潮年底爆发2008.7.28
- 马云号召阿里巴巴全体准备“过冬”2008.7.23
- 柳传志：“当前的形势还是很敏感”。这些敏感包括人民币汇率问题、股市的市值问题以及通货膨胀的因素等。而一旦某一因素触发，可能就会引起大的连锁反应。
- 王石，潘石屹带头唱衰市场，行业内所有人士信心严重不足。
- 宝洁中国启动第二轮提价2008.7.28
- 中国一面外汇升值，一面银根紧缩，一面通货膨胀，多方博弈只是决定了由谁来剪中国人民的羊毛 羊毛必剪无疑。2008
- 昆明城中村启动，更多的房源，更多的个体户2008



地產之冬？

VIMEGA

- 次贷危机扩散至美国银行业——这个夏天，对美国银行业来说，可能格外寒冷。7月初，加利福尼亚州印地麦克（IndyMac）银行因财政困难被联邦政府接管，成为美国历史上第三大破产银行。25日，又有两家小银行——内华达州的第一国民银行和加州的第一传统银行宣布破产至此，今年以来美国已有7家银行破产。
 - 欧元区经济恶化面临衰退风险——在过去一年的全球性金融市场动荡中，欧元区遭受的冲击并没有美国和英国严重，然而日前公布的经济数据中，欧元区采购经理人指数和主要经济体商业信心指数纷纷收缩，显示出该区域规模12.2万亿美元的经济正迅速恶化。
 - 下方支撑确认 黄金上涨乏力
 - 人民币快速进入6时代
 - 中美贸易顺差依然进行中，世界小商品几乎全要Made In China了
 - 世界范围内石油上涨 货币战争已吹响集结号2008
- 主因：世界金融体系法定货币原罪引发全球经济下滑，中美货币之争是关键



地產之冬！

VIMEGA

信贷门槛提升
开发成本剧增
开发商机会成本减少
市场信心低迷
人民购房成本增加
工资没涨，什么都在涨
国内货币购买力国家弱化

市场需求还是旺盛，一切价格为王



VIMEGA?VIMAGE!

VIMEGA

房地产再也不单纯是土地资源、资金和产品，更多的是客户和基于客户关系的品牌。

／ 万科 ／ 银海 ／ 俊发 ／
建筑无限生活/建筑生活哲学



企業的可持續性發展表現

VIMEGA

- 标准企业：新专利，新标准
DVD, 蓝光, Microsoft, sony等；
- 销售企业：扩大销售规模，多元销售
国美，苏宁，麦当劳，大众一汽4S店；
- 生产企业：产品升级换代，产品量产
intel、汽车工业等；

房地产行业的表现：

新土地，新拆迁，新住宅规模，新产品，新营销，新概念。。。。。

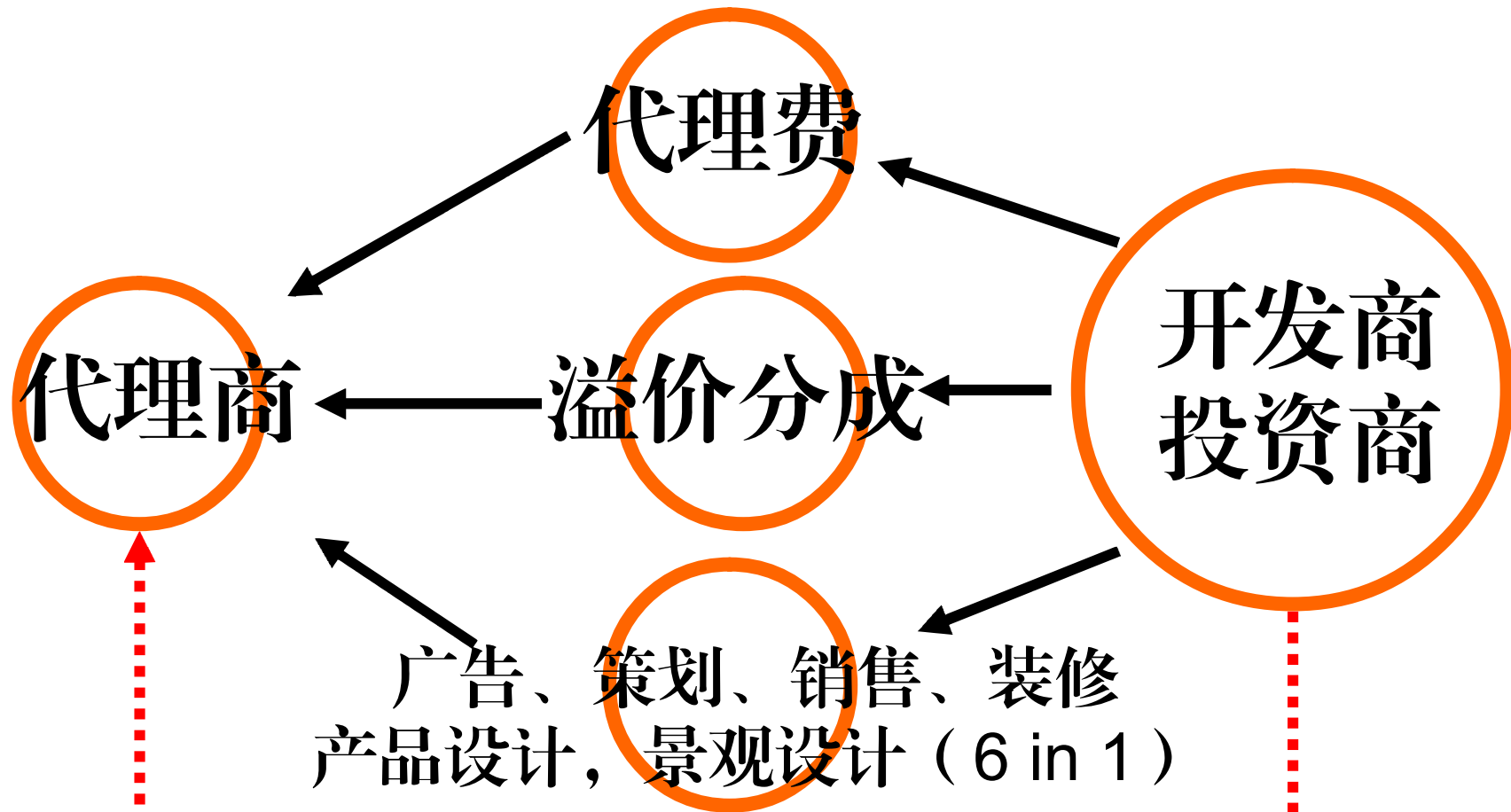


企業的可持續性發展**核心** VIMEGA

寻找新的**利润点**



地產行業第二個體戶代理商的利潤點 **VIMEGA**

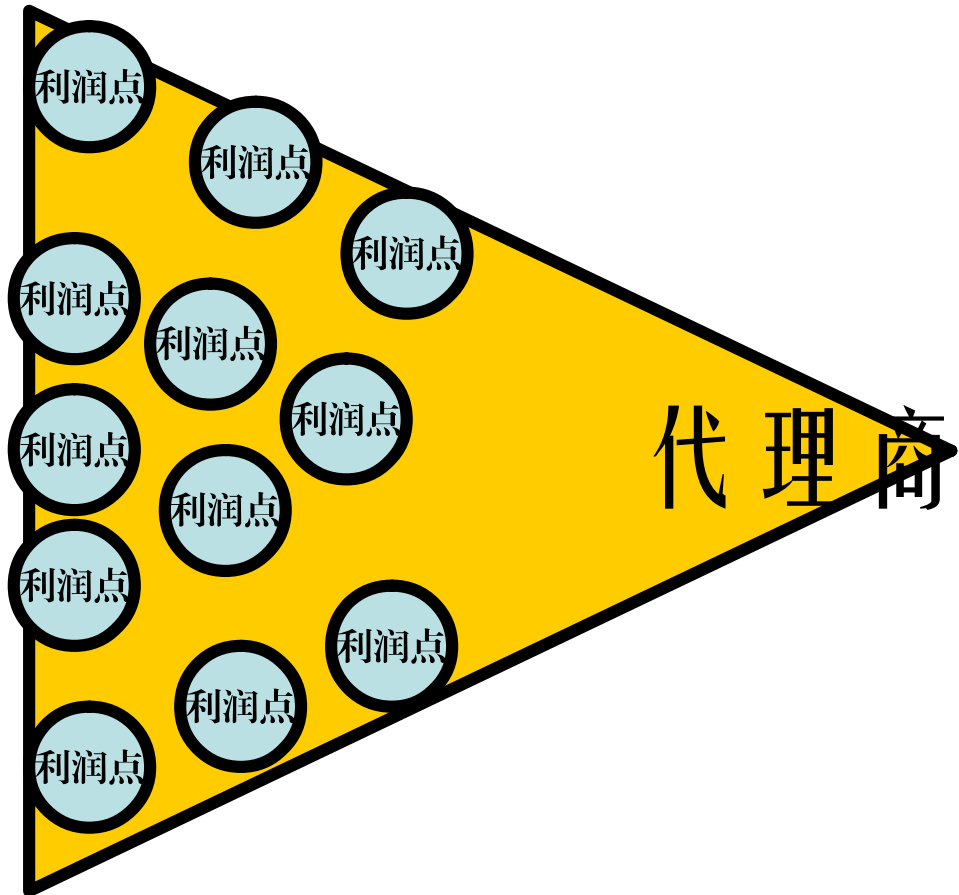


地產行業第二個體戶代理商之殤 VIMEGA

市場專業細分

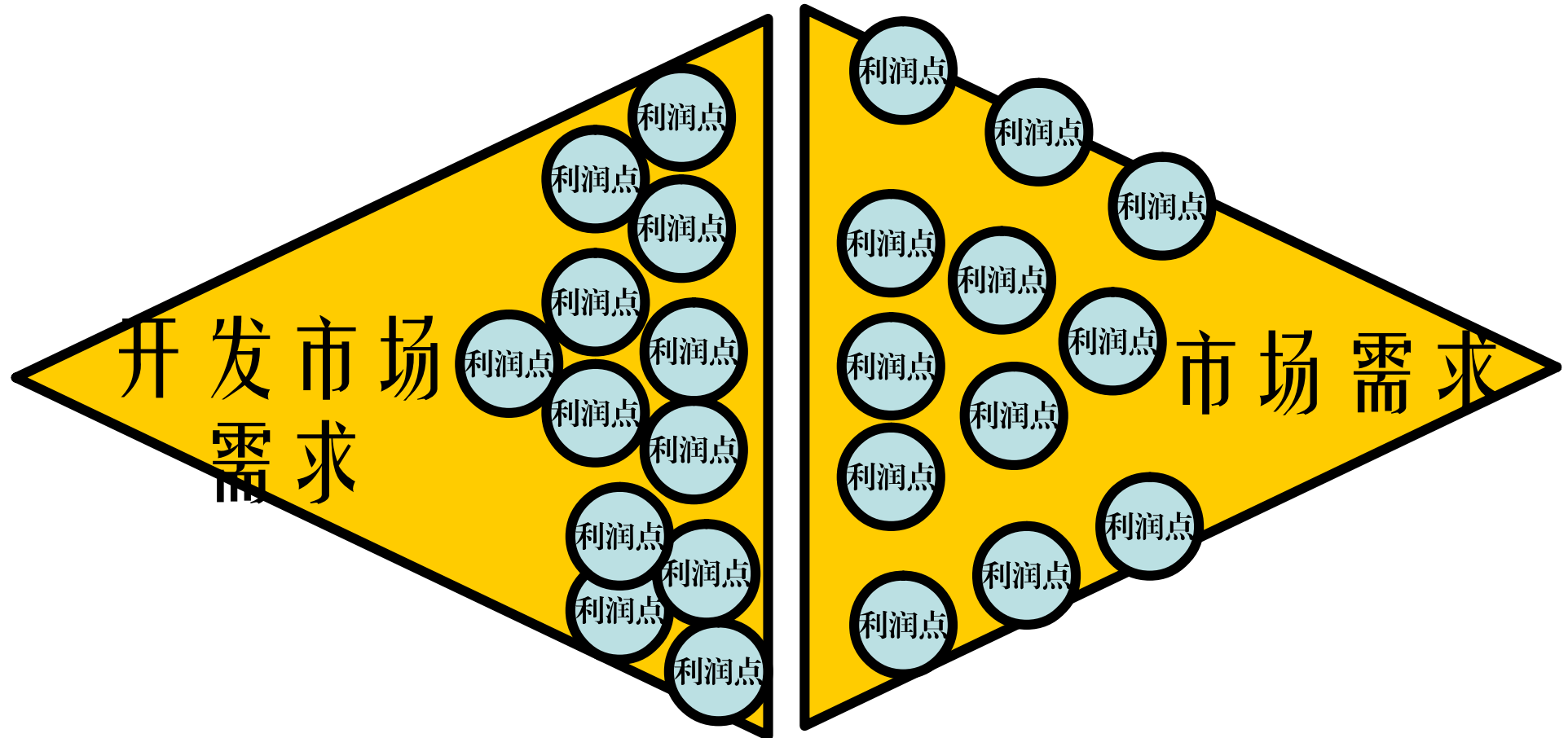
開發市場壟斷
或是縮水

資本市場信心不足



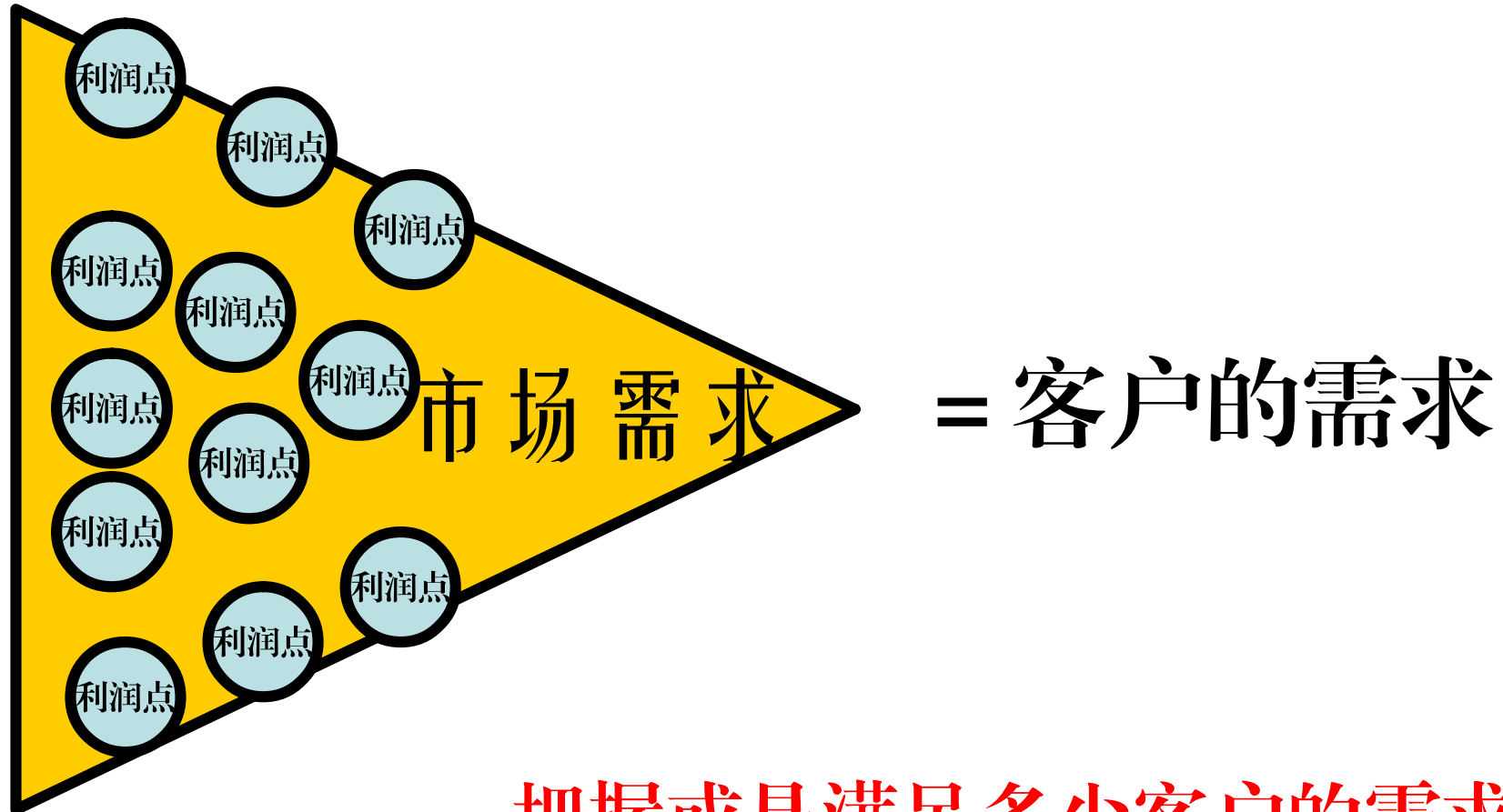
向左走，向右走？

VIMEGA



從市場尋找新的利潤增長點

VIMEGA



把握或是滿足多少客戶的需求，
就能在市場上有多少的份額，
商業的基本點——客戶第一。

藍海？紅海？

VIMEGA

- 让我们想象下,我们把整个市场想象成海洋,这个海洋由红色海洋和蓝色海洋组成,红海代表现今存在的所有产业,这是我们已知的市场空间; 蓝海则代表当今还不存在的产业,这就是未知的市场空间。那么所谓的蓝海战略就不难理解了,蓝海战略其实就是企业超越传统产业竞争、开创全新的市场的企业战略。



- 蓝海战略（Blue Ocean Strategy）
- 聚焦于红海等于接受了商战的限制性因素，即在有限的土地上求胜，却否认了商业世界开创新市场的可能。运用蓝海战略，视线将超越竞争对手移向买方需求，跨越现有竞争边界，将不同市场的买方价值元素筛选并重新排序，从给定结构下的定位选择向改变市场结构本身转变。

藍海？紅海？

VIMEGA

•“红海”是竞争极端激烈的市场，但“蓝海”也不是一个没有竞争的领域，而是一个**通过差异化手段得到的崭新的市场领域**，在这里，企业凭借其创新能力获得更快的增长和更高的利润。。



•哪些被产业认定为理所当然的元素需要剔除？

- 这个问题剔除产业中企业竞争攀比的元素，这些元素经常被认为理所当然，虽然他们不再具有价值。

•哪些元素的含量应该被减少到产业标准之下？

- 这个问题促使作出决定，看看现有产品或服务是否在功能上设计过头，只为竞比和打败竞争对手，企业所给超过顾客所需并徒然增加成本。

•哪些元素的含量应该被增加到产业标准之上？

- 这个问题促使去发掘产业中消费者不得不作出的妥协。

•哪些产业从未有过的元素需要创造？

- 这个问题帮助发现买方价值的全新源泉，以创造新需求改变产业战略定价标准。

蓝海战略原则之一：重建市场边界

- 1、产业：跨越产业看市场
- 2、战略集团：跨越产业内不同的战略集团看市场
- 3、买方群体：重新界定产业的买方群体
- 4、产品或服务范围：跨越互补性产品和服务看市场
- 5、功能情感导向：跨越针对卖方的产业功能与情感导向

蓝海战略原则之二：注重全局而非数字

一个企业永远不应将其眼睛外包给别人，伟大的战略洞察力是走入基层、挑战竞争边界的结果。



蓝海战略原则之三：超越现有需求

寻找买方共同点，将非顾客置于顾客之前，将共同点置于差异点之前，将合并细分市场置于多层次细分市场之前。

蓝海战略原则之四：遵循合理的战略顺序

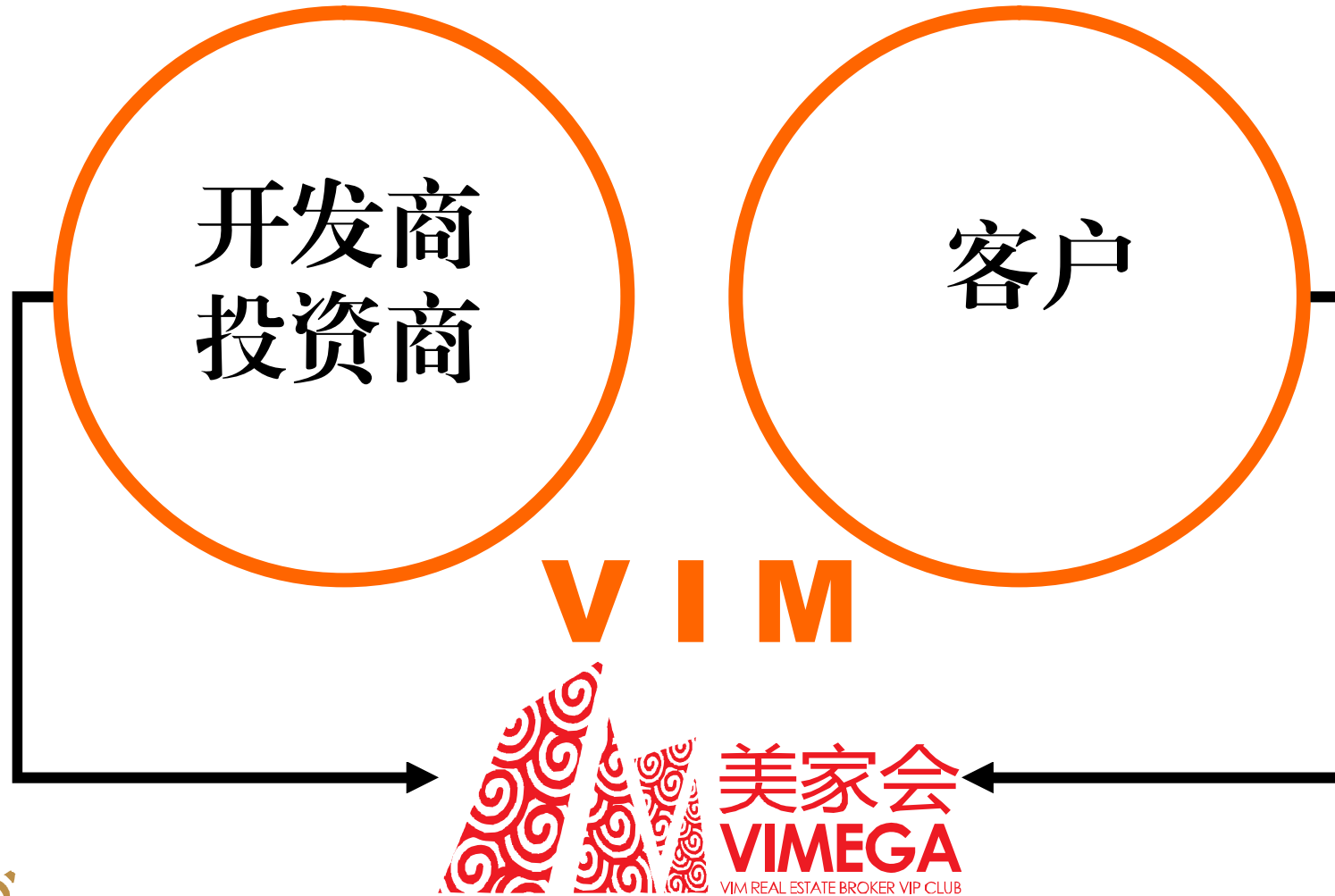
蓝海战略原则之五：克服关键组织障碍

四重障碍：

- 一是认知障碍，沉迷于现状的组织；
- 二是有限的资源，执行战略需要大量资源；
- 三是动力障碍，缺乏有干劲的员工；
- 四是组织政治障碍，来自强大既得利益者的反对，“在公司中还没有站起来就被人撞倒了”。

VIMEGA?VIMEGA!

VIMEGA



VIMEGA! VIMAGE!

VIMEGA

云南本地业内首家
经纪公司成立的品牌会员俱乐部

美家会
VIMEGA
VIM REAL ESTATE BROKER VIP CLUB

- 300名海内外绝对优势客户；
- 房交會 + 活動，過萬名意向客户；

維美時代! VIMAGE!

VIMEGA

會員呼叫中心

會員房產交易

美家會

多個樓盤銷售 VIMEGA

REAL ESTATE BROKER VIP CLUB

會員品牌服務

會員物管服務



回到美家會

VIMEGA

美家会本身所具有的价值，美家会通过不同功能的会员功能卡，在置业前为客户提供了多个楼盘多种精选户型产品的同时，还为客户搭建优质的产品基础和价格非常优惠平台，不远的将来还会根据客户个性化广泛需求，为客户提供个性化不动产产品功能；在置业后根据客户个性化广泛需求，为客户提供楼盘个性化物管、家装、家具饰品代购、美家会会员不动产物业置换等服务内容。



回到美家會

VIMEGA



美家会
VIMEGA
VIM REAL ESTATE BROKER VIP CLUB

边界点



回到美家會

VIMEGA



买方价值体现



回到美家會

VIMEGA



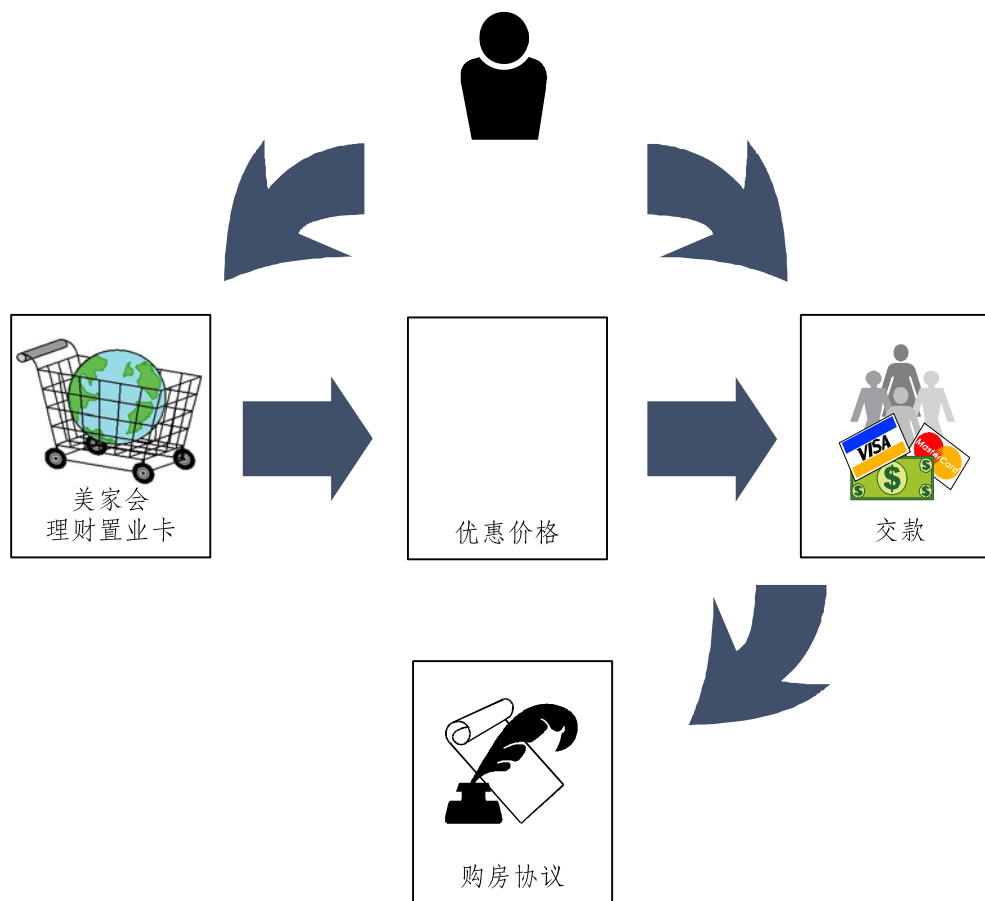
为客户搭建优质的产品基础和价格非常优惠平台，提供个性化不动产产品功能；在置业后根据客户个性化广泛需求，为客户提供楼盘个性化物管、家装、家具饰品代购、美家会会员不动产物业置换等服务内容。

超越现有需求



回到美家會

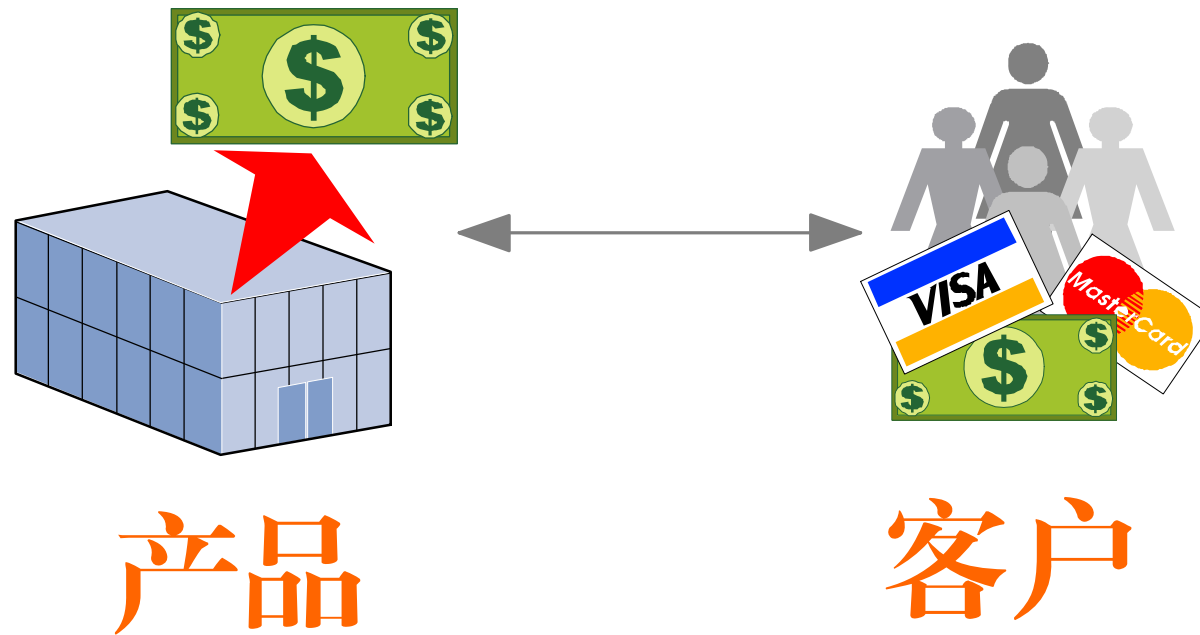
VIMEGA



业务价值体现

美家會的規模支持

VIMEGA



增长量成正比

維美時代! **VIMAGE!**

VIMEGA

維美時代
COMEING



維美時代 How Can ?

維美時代! VIMAGE!

VIMEGA

維美時代 需要維美變革



維美 變革的主因

- 做企业还是做个体户？
- 10年历程，维美从来不做个体户，更不会偏安一隅
- 做企业，在当今和未来复杂、寒冷、纷乱的房地产市场经济活动中，维美如何做到可持续性发展？
- 做多大？想做多大？能做多大？如何做大？



維美

變革給成員帶來的陣痛

- 置业顾问每天都在写东西，作家？分析员？记录员？
- 没有提成还叫销售？还要站式服务？天啊，哪门子来的怪事
- 服务好10000个客户也没有服务好一个开发商顶用！
- 工作流程 总是在调整，工作方式一点都不确定！
- 我们不是开发商，为什么总是帮开发商做开发商的事？
- 系统使用怎么那么烦琐，原先说句话就可以自己完成，现在要3个人！
- 监控都要用上，监狱吗？



維美

第一步變革

We Have ERP!

OA

CRM

POM

ERP是什麼？

VIMEGA

ERP是英文Enterprise Resource Planning(企业资源计划)的简写，是指建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台。

ERP系统集中信息技术与先进的管理思想於一身，成为现代企业的运行模式，反映时代对企业合理调配资源，最大化地创造社会财富的要求，成为企业在信息时代生存、发展的基石。

ERP在先进的企业管理思想的基础上，可以提供跨地区、跨部门、甚至跨公司整合实时信息的企业管理信息系统。它在企业资源最优化配置的前提下，整合企业内部主要或所有的经营活动，包括财务会计、管理会计、生产计划及管理、物料管理、销售与分销等主要功能模块，以达到效率化经营的目标。



OA是什麼？

VIMEGA

OA是OFFICE AUTOMATION的缩写，本意为利用技术的手段提高办公的效率，进而实现办公的自动化处理。采用Internet/Intranet技术，基于工作流的概念，使企业内部人员方便快捷地共享信息，高效地协同工作；改变过去复杂、低效的手工办公方式，实现迅速、全方位的信息采集、信息处理，为企业的管理和决策提供科学的依据。一个企业实现办公自动化的程度也是衡量其实现现代化管理的标准。OA从最初的以大规模采用复印机等办公设备为标志的初级阶段，发展到今天的以运用网络和计算机为标志的现阶段，对企业办公方式的改变和效率的提高起到了积极的促进作用。

OA定义



CRM是什麼？

VIMEGA

CRM(Customer Relationship Management), 即客户关系管理。

CRM定义



POM是什麼？

VIMEGA

POM是项目运营管理平台的简称（Project Operation Management），从项目的起始到结束，覆盖“项目发展、设计、招投标、施工、销售、入伙”各阶段的全生命周期的项目运营管理，POM是明源地产ERP的重要组成部分。POM平台包括立项阶段的投资分析子系统、项目建设过程中的成本管理子系统、采购/招投标管理子系统、项目进度管理子系统、工程管理子系统和现金流管理等功能，覆盖整个项目运营的全过程，真正实现对房地产项目的全生命周期管理。POM不仅仅包括对项目/产品的“建造过程”的管理，而是更多的站在“资金运作、项目资本投资回报、项目运营”的角度进行管理，关注项目的利润、投资收益率。



ERP的目的

VIMEGA

大多粗放型的产企业在发展初期，只有一个运作项目的时候关注的是规模和资金；精细化管理的企业在追求规模和效益的同时需要把握住核心客户，这个时候ERP战略才真正具备价值。

房地产企业的发展正在经历三个阶段：产品导向，市场导向和客户导向。

ERP是企业的一项商业策略，它按照客户细分情况有效地组织企业资源，培养以客户为中心的经营行为以及实施以客户为中心的业务流程，并以此为手段来提高企业的获利能力、收入以及客户满意度，其核心思想是通过满足客户需求、提高客户满意度来吸引和留住客户，从而建立和保持企业的竞争优势



ERP核心：流程为王

VIMEGA

大多数国内企业还不太习惯流程，尤其是精细化管理的流程。即使有流程，也可能是粗放型的流程，**因为我们还是更注重结果，不太习惯过程管理；我们还是更注重每个人干什么，而不太习惯整体协同**。在这样的基础上，大部分企业在部署ERP的时候，就或多或少地进入了潜在的误区，实际效果令人失望，甚至众多的ERP项目在短短一两年内便闲置荒废。



ERP核心：流程为王

VIMEGA

不妨通过一个大多数企业都有的流程案例来对比现有的流程和优化、细化的流程。

- 房地产企业会要求客户服务人员快速接听投诉电话、及时回复客户、热情对待客户，相信很多企业都有这样的流程规范。应该说这三项要求已经体现了以客户为中心的思想，但是从流程精细化的角度来看还远远不够，还只是一种粗放的笼统的要求。如果要建立可衡量的服务标准，细化的流程指标可以分为：

- 铃响三声后接听电话
- 24小时内回复客户
- 客户走近5秒内做出反应。



这样的流程细化可以有效地标准化流程，并能够有效地促进客户服务流程的优化，通过系统的融合还可以自动对客户服务人员绩效考核。

ERP核心：流程为王

VIMEGA

在客户接待环节上，很多我们要求现场销售人员要对客户微笑服务。我们再看一下酒店业的最佳实践，香格里拉酒店对新员工的培训中有一项是培训如何对客户微笑，并将微笑这一个简单的流程环节细化：嘴角上翘不得超过X厘米，露齿不得超过4颗，当客户走近至X米时停止手中的工作，上身微前倾，但角度不得超过X度，眼睛要注视客户，目光随客户移动，客户离开X米时恢复原来的工作状态。我们有如此细化的要求吗？

大家不妨一试，在自己桌前摆一面镜子，看看自己的微笑能否达到酒店的标准？能否保持这个标准的微笑三分钟？你是否感觉到脸部肌肉僵硬了？恭喜你，你还需要继续努力！说到这里，大家应该明白为什么很多呼叫中心服务人员座席前会有一面镜子了。

微笑服务不是说出来的，而是可以培训出来的。同样，以客户为导向的流程是需要细化和优化的，粗放型的流程只能使客户关系走向混沌。

ERP核心：流程为王

VIMEGA

- 研究银海和俊发，泊客会，俊发会；
- 研究个碧石，优势时代的十五年；
- 研究TOM风驰传媒，和小超人李泽楷亲密接触；
- 研究中国移动、中国电信，如何让客户满意；

流程将一个个静态的功能点流动起来、协同起来。

企业会发现自上而下或自下而上的变革都离不开流程。

正是以客户为中心的流程把企业推动成为客户导向型的企业。



ERP核心：流程为王

VIMEGA

流程推动VIM内部岗位流动：

- 走出一个萝卜一个坑的管理模式，给成员更多发展空间；
- 让VIM成员快速从职业通道发展；
- 多一个思想多一种角度，在完善流程基础上，强化岗位职能；
- 加强成员岗位认知，提升团队协作能力；
- 强化团队人力资源；
- 强化成员学习能力，建立学习型企业。



萬科的CRM實施問題

VIMEGA

- 在万城地产的CRM行动中，大部分人将目光聚集在CRM概念上，以客户为中心、客户满意度、客户价值、客户生命周期等。现在的万城地产，人人都能说上一两句CRM的专业名词，似乎CRM已经深入人心了。
- James却感到很迷惑，他最近几天一直在与CRM战略中心的临时负责人Rain探讨万城地产的CRM到底应该如何来部署？因为他们都感觉到，仅仅有理论和概念是不够的，理念都是些空中楼阁，总归要有解决问题的具体思路。
- Rain坚持不直接实施CRM系统，因为这样只是建成了IT项目，而没有了管理变革的性质，那么万城地产CRM的切入点是什么？如果不仅仅是系统，还有其他什么呢？在这个问题上，不仅仅Rain和James，万城地产的高层和中层都开始思考了。
- CRM不仅仅是概念，也不仅仅是系统。对比大家似乎都达成共识了，但是如何应用CRM来解决实际问题？如何让CRM落地？大家众说纷纭。要落地，就要与业务紧密结合，可是应该如何结合呢？要落地，就要改变当前企业内部管理的角度，可是应该如何来变革管理呢？



萬科的CRM實施過程

VIMEGA

为了有效地分解万城地产的客户流程，CRM战略中心组织内部人员对企业内部需求和流程情况进行了初步调研，很多问题在讨论的时候不清晰，但是从一个个流程的每一个业务点去分解，就会发现一些平日里发现不了的问题。在调研过程中，内部项目人员不仅根据业务部门的具体流程用流程图来描述现有的流程，同时也组织座谈会当前的流程进行问题分析。

在调研过程中，从流程的角度来看，万城原来的流程有很多粗放点或者模糊点，并不是完全以客户为导向，而且没有有效地考虑不同价值客户的需求，没有做到对不同客户要不同对待，流程的绩效考核都是以财务指标进行而没有任何客户指标，看来优化和细化是必要的，也是CRM的重要工作之一。

整个行动中还是发现了一些问题，同时也感觉效果不突出，内部人员总是跳不出原来的条条框框，大家讨论来讨论去还是以前的那些问题和思路。CRM战略中心的Rain提出了一个尖锐的问题：要不要变革？因为从变革角度而言，标准的提法为“业务流程重组”，强调的是推倒一切重来。

CRM實施要則

VIMEGA

- (1) 由来已久的以产品为导向的企业中，半数以上的CRM失败都应该归咎于对企业政治、经营惯性、组织结构调整的挑战，而不是软件或者预算的问题。
- (2) 大部分企业无法协调高级执行官、业务部门主管、信息主管和客户之间的关系。
- (3) 客户关系管理战略的落地需要通过以客户为导向的业务流程来实现。而基于新经济模式和新网络技术进行的流程创新是建立真正的客户忠诚度和竞争优势的关键。
- (4) 强化执行

指导思想：

总体规划 分步执行。

主导核心：

制度化执行！

实施步骤：

OA & CRM → POM

被动执行?
主动执行?
有效执行?
执行有效?



VIM ERP——設備布署和管理VIMEGA

个人要则:

- 强化计算机使用能力，文档处理能力WORD EXCEL IMG，输入法，计算机日常维护；
- 爱护设备，注意节能；
- 形成习惯

成员要则:

- 设备入档；
- 定期维护计划；
- 损责确认。



VIM OA——协作工作的开始 VIMEGA

关于OA

个人要则：

- 帐号保密原则第一；
- 报表需要统一格式；
- 统一注册Gmail
- 注意审视和汇报来自系统的BUG



成员要则：

- 办公自动化、成本缩减
- 非核心业务信息共享
- 公司信息资料库建立和维护（制定详细计划）
- 成员互动平台



VIM OA——研習成功

VIMEGA

风驰新人入门第一课和基本要求

学会时间管理，迈向目标，走向成功

如何实现VIM成员的时间管理？

个人日志

OA日历

严格执行 有效执行



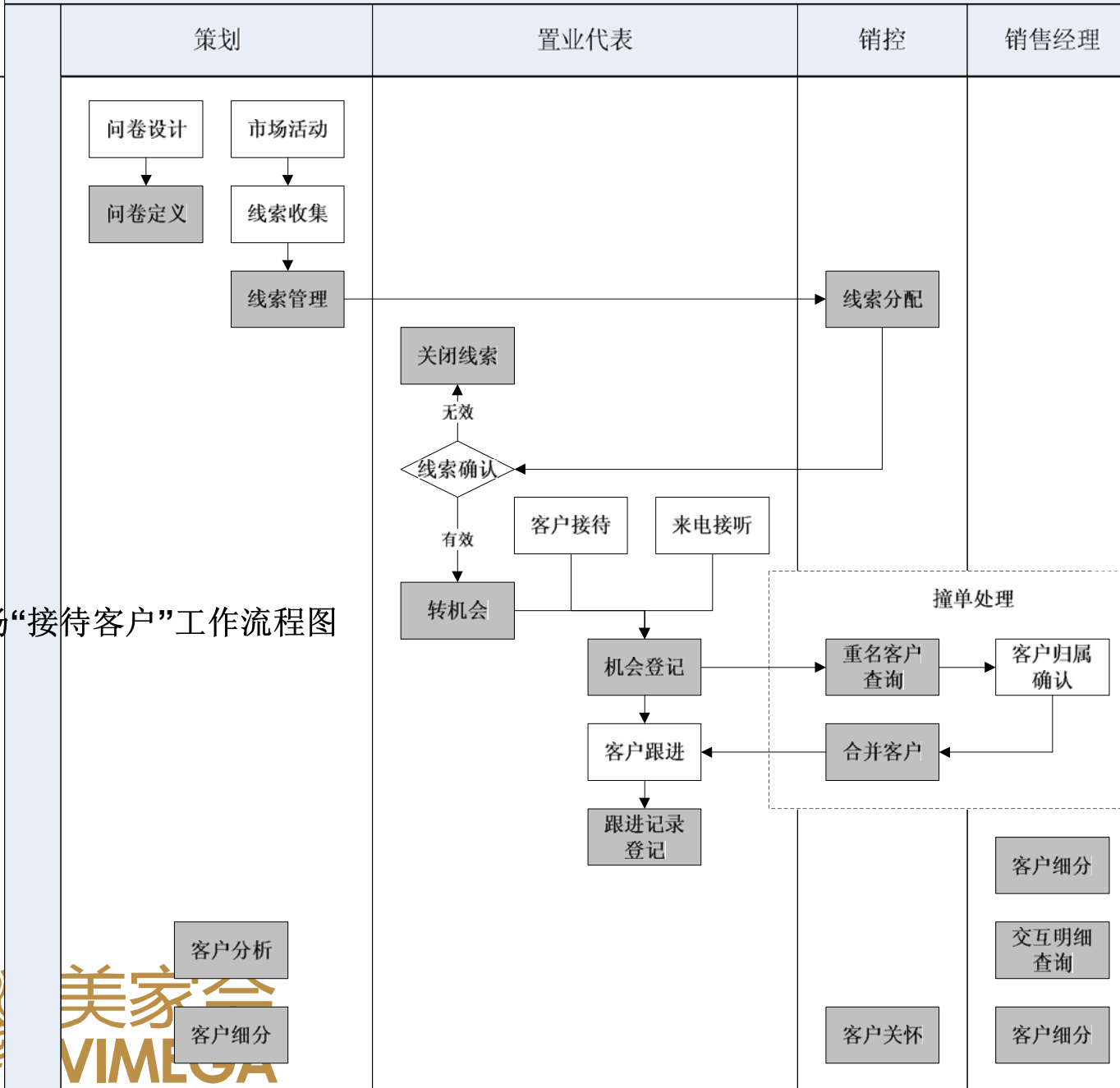
初识项目运营资源管理

• O A P R O J E C T

- 认识项目
- 细化项目
- 分配任务
- 提出问题
- 审查进度

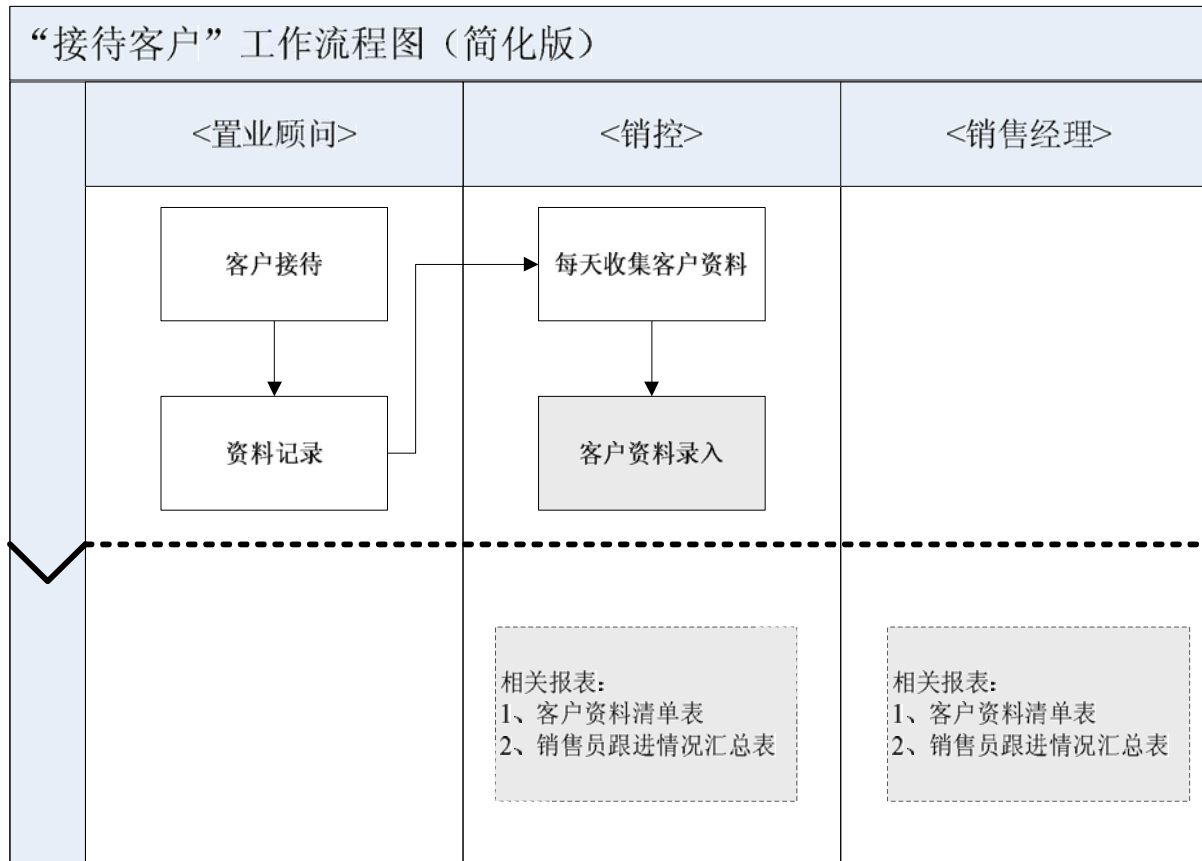


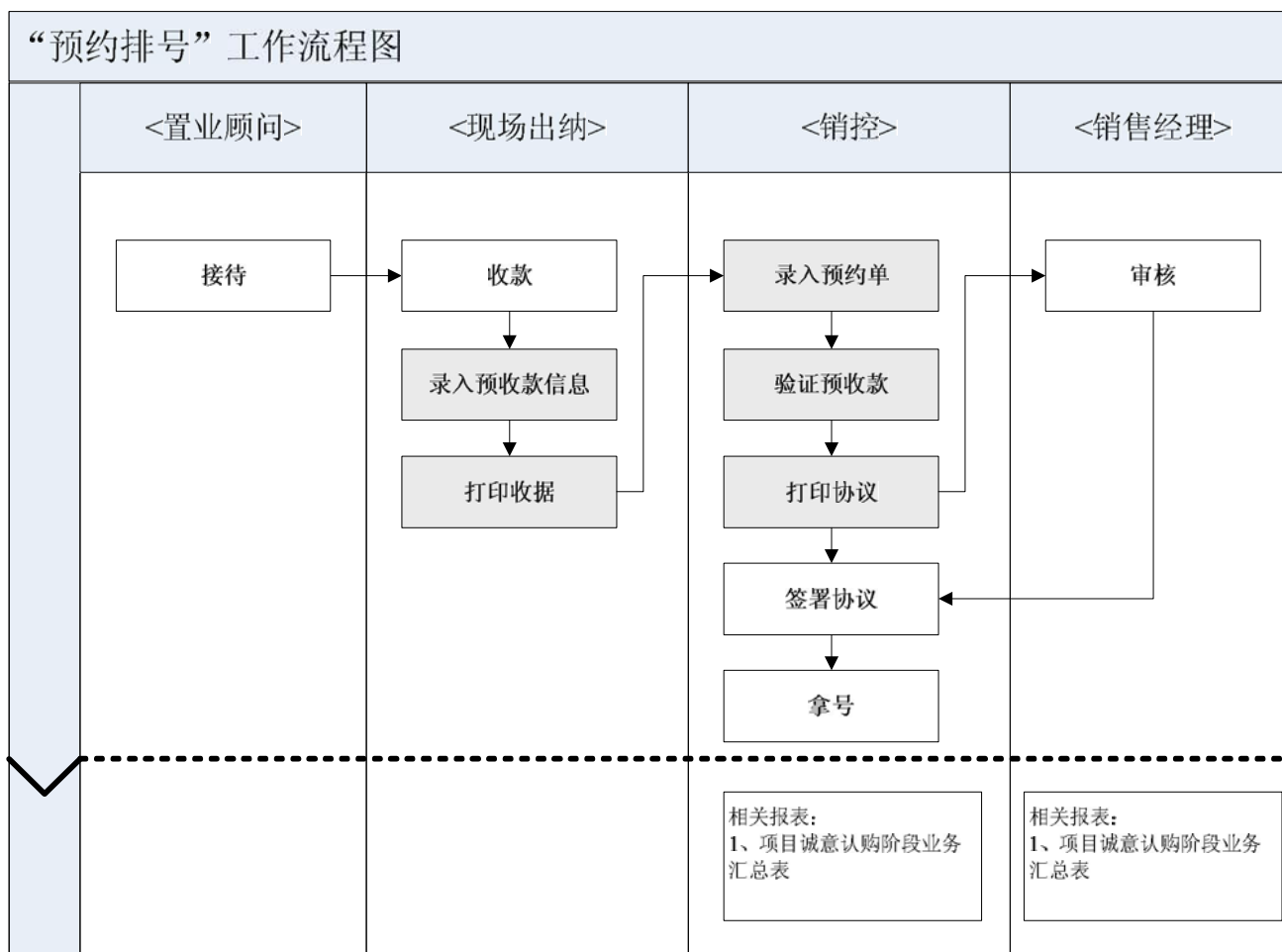
现场客户跟进流程

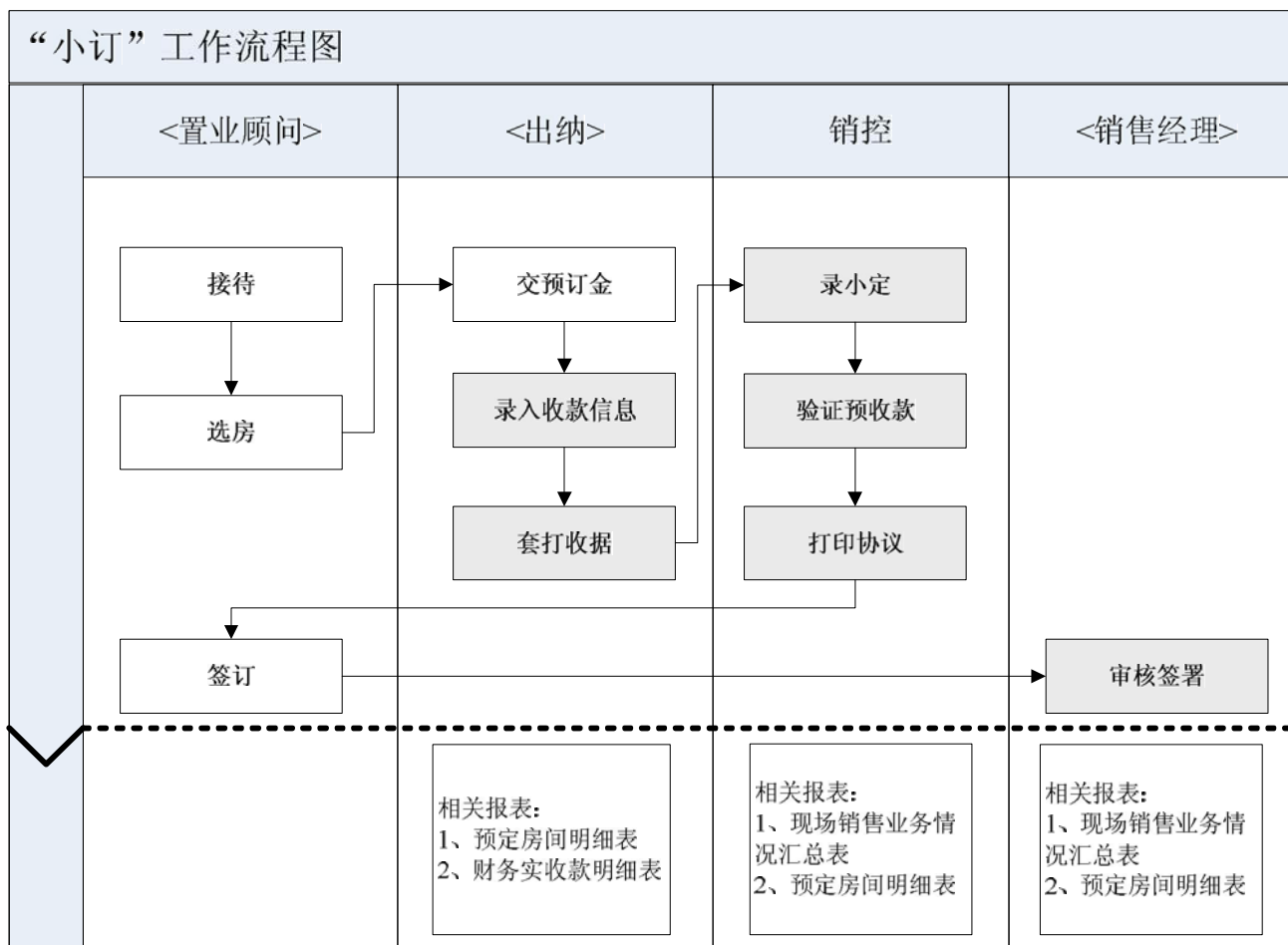


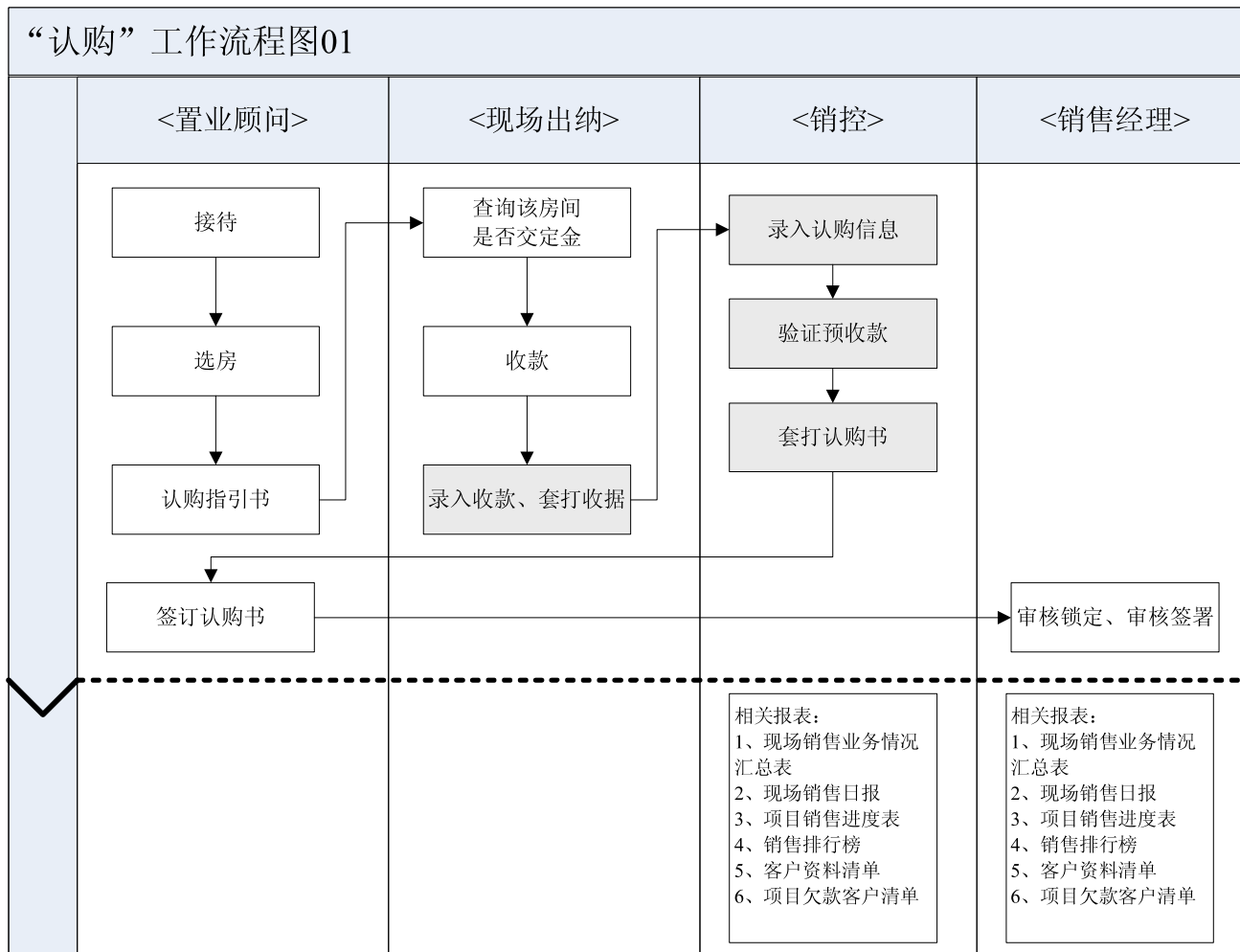
楼盘项目现场“接待客户”工作流程图

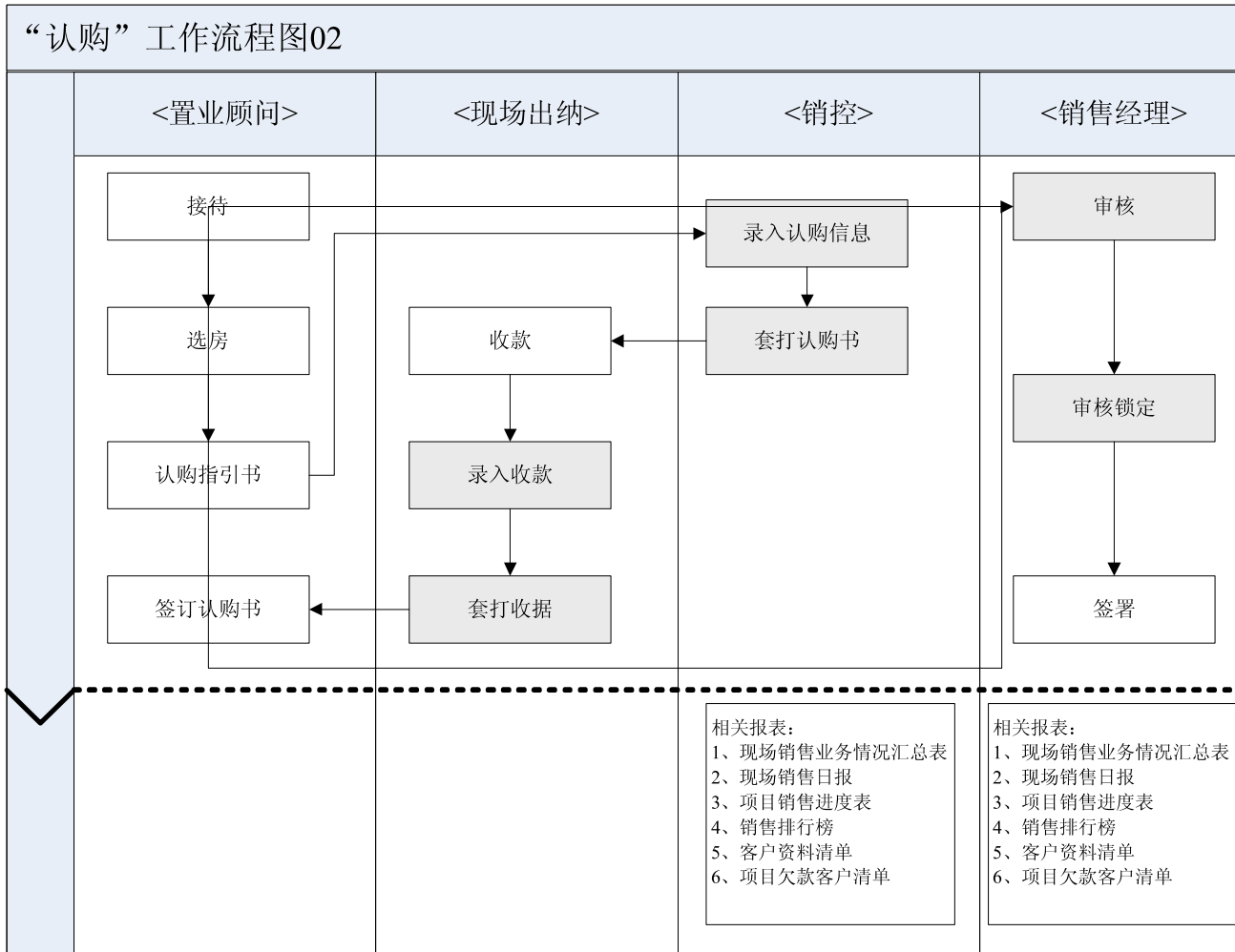


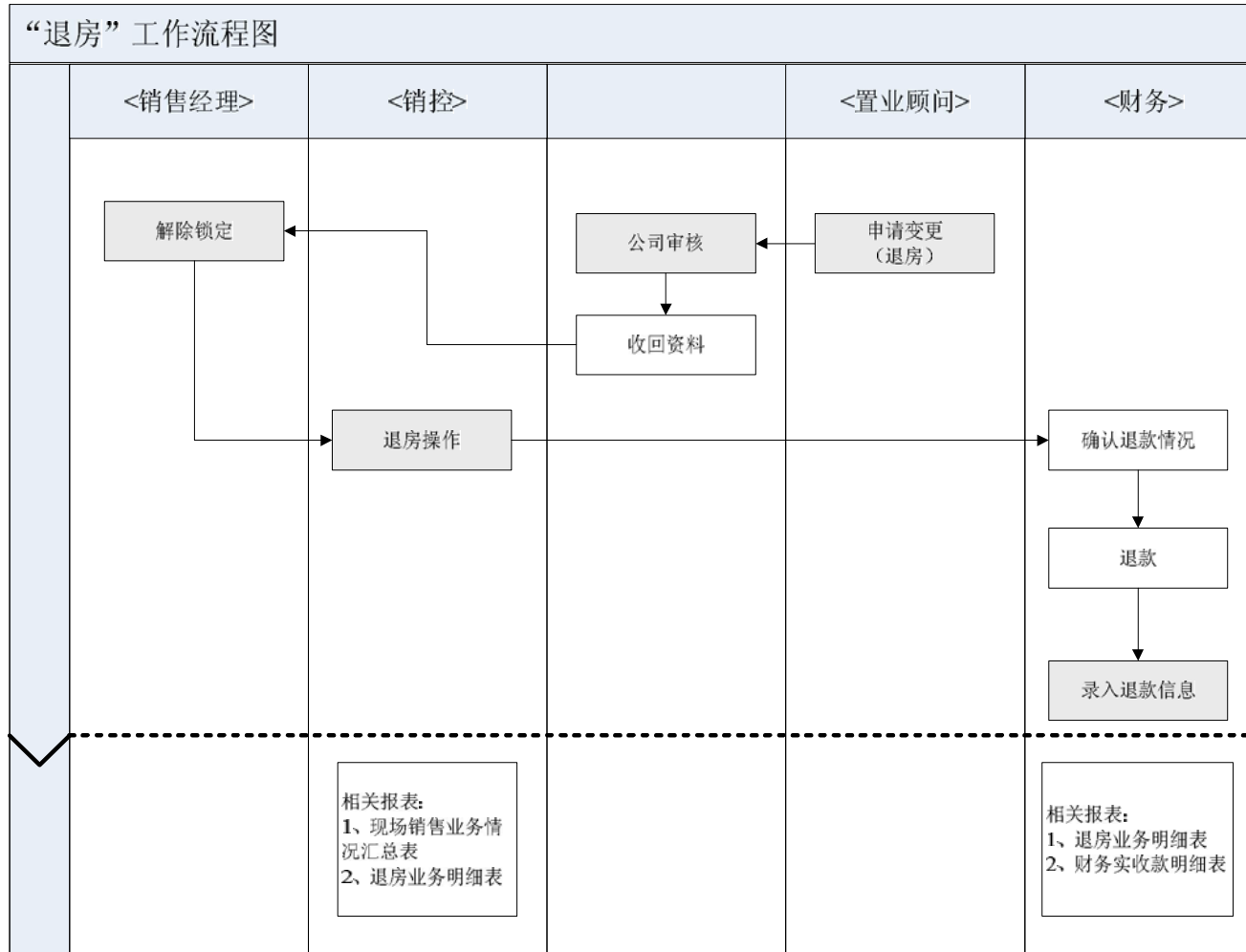


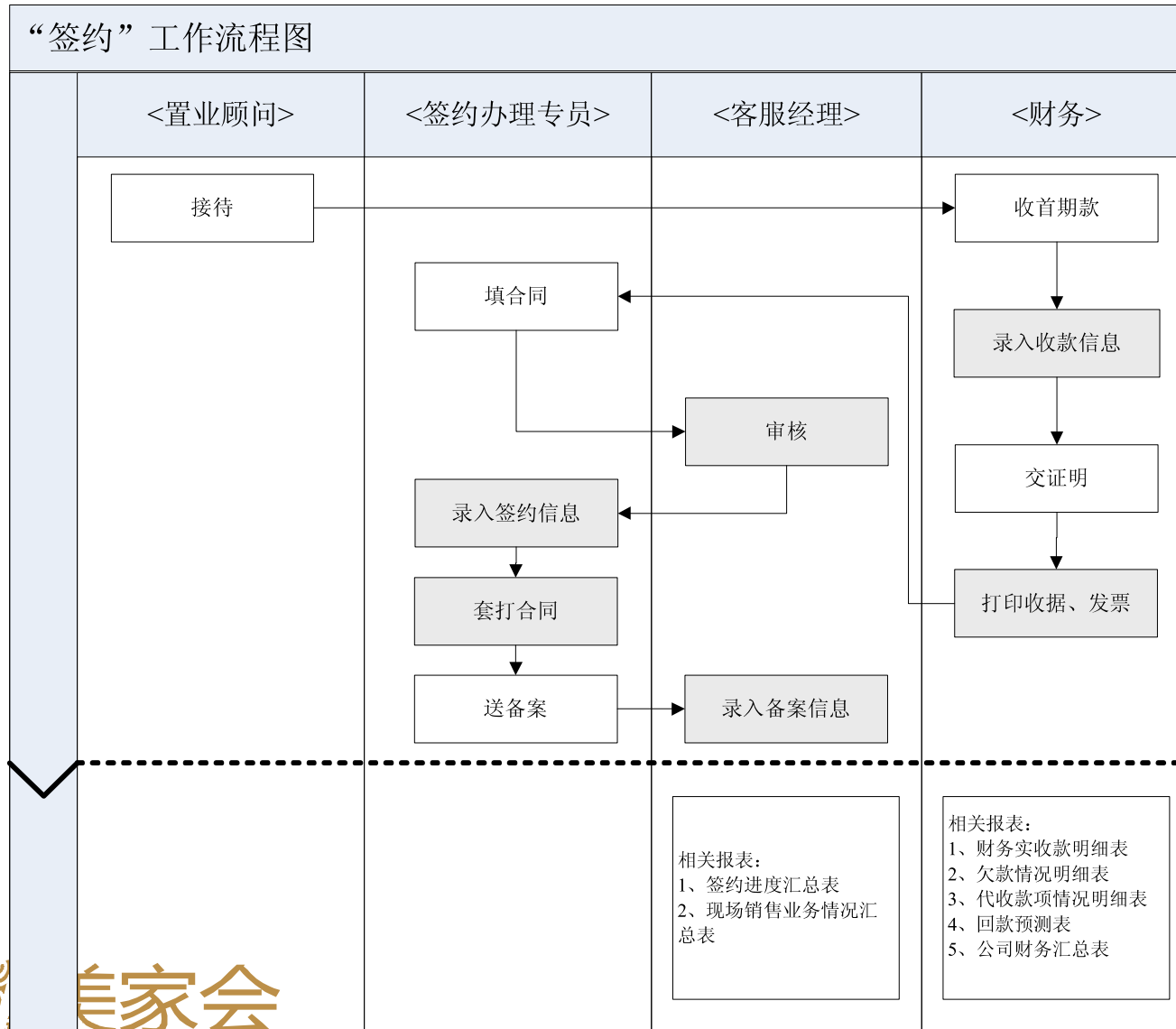












为公司的所有工作制订唯一的可迅速复制的工作标准。

烦琐操作的背后，是标准的唯一性得到了实现，高蕊的一个工作环节需要20次点击完成，到了周玲决不会变成21次或是22次（操作能力原因除外），人为因素的工作误差降到最低，流水化工作模式的可快速学习性得到充分体现。

为公司减轻人力资源成本和加强公司内部岗位流动。

烦琐操作的背后，是让岗位的流动性从很难实现变成了可以实现，为用心学习和工作的低职人员迅速提升到高职铺平了道路，工作流程的细化和标准的唯一性，起到了至关重要的作用。

为公司积累和扩展市场份额提供了数据模型分析的基础——
客户细化和细分。

烦琐操作的背后，最终形成的结果是成千上万量客户的各种需求具体表现和广泛的客户资源，如何把客户的需求和客户资源**兑现为新的利润点**，就来自于对每一个客户资料的细化和细分，而不是让需求躺在档案柜，烂在硬盘里，从容不迫的流失客户潜在的资源。

維美 第二步變革

让个体户形成团队，或是让团队丢弃个体户。

- 建立岗位制让岗位挑选人，而不是让人来选择岗位。
- 建立岗位绩效薪酬制，为团队成员提供长期稳定的收入来源，团队中不需要英雄，更不需要个体户，个人价值的体现，是团队事业。
- 以团队为一个工作中心，让团队成员参与团队工作，不再各自作战，或是被动工作，强化团队业务能力，为岗位流动做好铺垫。

褪却置业顾问、代理公司头上的光环，回归商业工作的基本点：销售。

- “卖”才是第一生产力，“卖好”才是这个工作最重要的工作，卖的不仅仅是产品，更重要的是把公司卖向市场。
- 客户第一，产品第二。
- 在卖的过程中，必须形成公司数据积累。
- 卖不仅仅是个人的问题，更是团队的问题，公司的问题
- 强化卖的能力(客户沟通，谈判等技巧)

全民皆兵。

- 在岗位强化普及和培训过程中，迅速提升个人、团队整体业务流程能力。
- 为业务扩张打下坚实人力资源基础。
- 从小兵到将军，If not now, When?! If not me, Who?
- Impossible Is Nothing!

維美 變革的條件

- 南屏时代，市场中最高端用户群体；
- 求，物管租售需求（物管的可控性）；
- 维美唯一的，可迅速复制的工作标准和 workflows；
- 维美的分布式集中管理模式；
- 维美的资本金资源，省内一级投资市场，甚至涵盖美国VC；
- 维美过去是Impossible Is Nothing!，现在还是，将来更是！
- 维美人都很年轻，年轻就是资本

維美 變革的最終目的

- 着眼于市行业场内上下游客戶的种种交易需求；
- 介入市场交易；
- 增加介入份額；
- 增加新利潤点收入；
- 扩大市场份額！
- **大市场，大卖场**



維美 變革成功的可能性

- 是否有唯一的，可量化的，可迅速复制学习的工作标准？
- 是否具备分而治之的管理体系？
- 是否有一定规模量的客户资源基础？
- 是否能占据一定比例的市场份额？
- 是否有新的利润点支持业务增长？
- 业务增长和利润点增长是否成正比关系？

維美 成功的條件

- 起点的平台有多大？
- 工作标准的唯一和可复制性，可以帮助企业实现大规模扩张，甚至连锁扩张；
- 有了唯一的工作标准就可放到学校做定向委培，人才计划等（银河景观），另一方面从现有团队的少壮派中提升人员，使公司整体人力资源成本降低；
- 又可分而治之，又可集中管理性，使整体管理成本降低；



從哪裏開始

• [条件有了，模式有了，方向有了] 等于雪花有了，但是雪球在哪里？

• 没有任何一家公司在开始时有雪球，VIM也一样，VIM只能帮助每一位VIM成员拿到手里的那一片VIM雪花，只有当这些雪花全部凝聚在一起时，才能有一个初始的小雪球，当这个小雪球高速朝一个方向滚动时，雪球才开始滚动，才开始越来越大

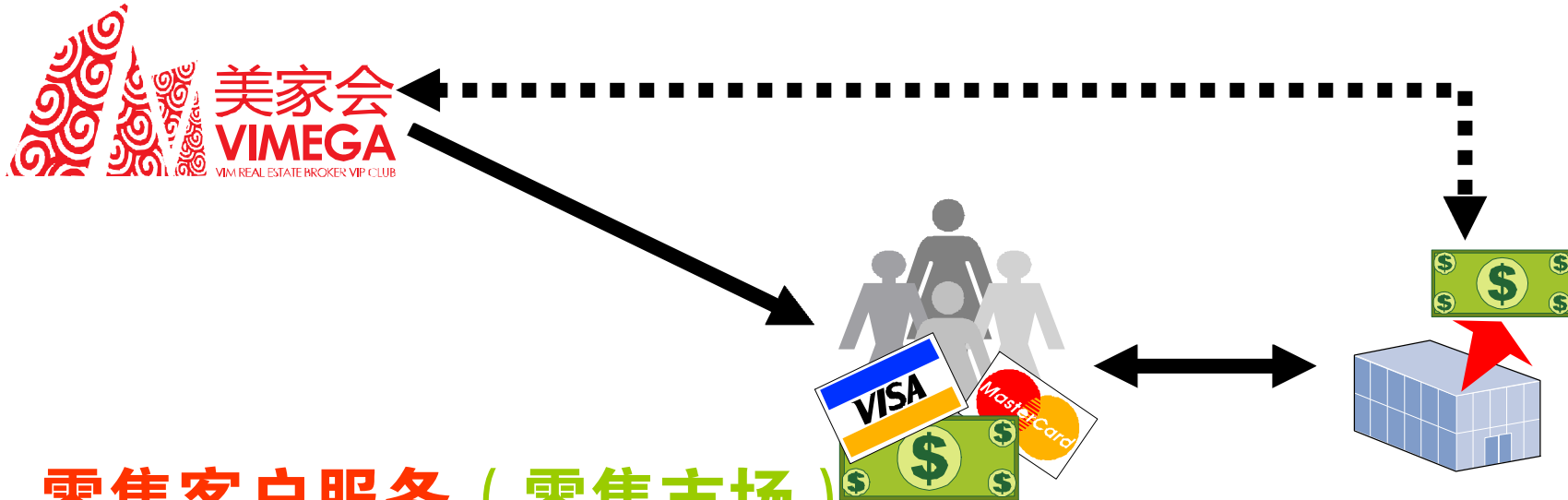


- 向左走？向右走？
- 拿到手里的雪花了吗？
- 可以凝聚成雪球了吗？
- 可以开始滚雪球了吗？

ALL JUST BEGIN!

美家會的規模支持

VIMEGA



零售客户服务 (零售市场)

集团客户服务 (企业市场)

■非顾客

■顾客

■高端顾客

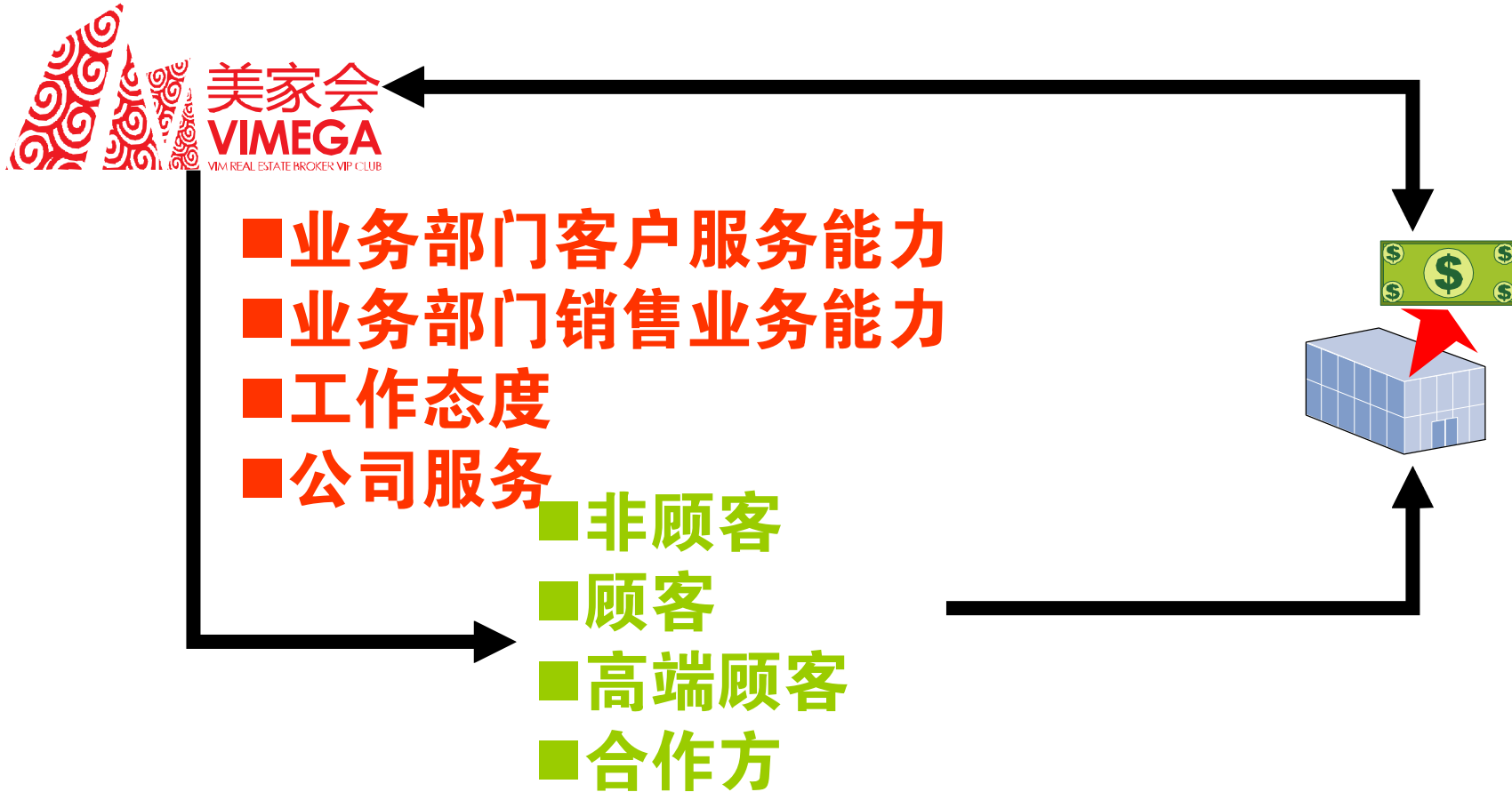
买方是由购买者、使用者和施加影响者共同组成的买

方链条

美家会
VIMEGA
VIM REAL ESTATE BROKER VIP CLUB

美家會的前端支持

VIMEGA



美家會的後端支持

VIMEGA

业务部门

- 零售市场
- 集团市场

客户服务

- 售后服务
- 呼叫中心

ERP

- OA (内部资源合理分配及更新)
- CRM (产品管理, 客户资源管理)

资源部门

- 业务培训
- 人力资源

职能部门

- 项目服务
- 终端支持



迫在眉睫的问题

- 建立成熟的唯一的工作标准；
- 提升服务品质；
- 磨合工作流程，找出最佳方式
- 工作模式的改变；
- 客户第一的工作原则。

维美人民很行

If not now, When?! If not me, Who?



希望每一個維美成員在不遠的將來，當朋友問，你們公司做過哪些項目時，我們可以說，沒什麼項目，我們祇是擁有整個市場XXX%的交易量

“心有多大，世界就有多大”

- 截止2008年7月維美交易額近11億，年底有望近20億。
- 2008年8月31日維美房地產成立365天。
- 2005年3月15日起的3個月內維美做的是銷售額100塊錢的客戶生意，從100,500,1000,10000,100000,1000000.....10億這些數字只代表了維美的過去，未來在每一個人的手中.....事業發展離不開每一個人，成功的回報就是每一位成員價值的體現！



维美是一家好公司吗？

- 第一项指标是规模增长率；
- 第二项指标是盈利能力增长率

企业的可持续性发展能力

維美時代! **VIMAGE!**

VIMEGA

迎接維美時代

