

《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

出版社：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以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.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，有的开发建设与物业管理不衔接，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。

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战略策略？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、物业招投标管理1. 物业招标方式有哪些？2. 物业招投标的程序有哪些？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：www.tushu111.com