

竞争中成长

重庆行成员谈心得体会



“不断吸收、学习，提高自己的项目”

美景鸿城副总经理 陆相华

在陆相华看来，此次重庆之行主要参观龙湖、金科等重庆优秀开发商的经典项目。项目范围涉及了高层住宅、花园洋房、别墅以及特色商业街。重庆之行，收获颇丰。

龙湖的案场人员的精神面貌是相当具有感染力的，管家式的案场服务，让每一位来到售楼现场的客户都能够收获一种回家般的轻松感觉。错落的园林景观打造出理想家园的生活。龙湖的园林一直是业内学习的典范，浓密的植被柔和了建筑硬朗的线条，让生活化的情怀处处可见。

“当然这与重庆湿润的气候有一定的联系，但是如何能够在良好控制成本的前提下，有效地将各种植被的园林花期相互交错，让产品园林四季如春，也是非常值得我们思考的。”陆相华说道。

高性价比的产品模式创造行业传奇。重庆的房产都是按照套内面积进行计算，在同等产品品质和楼盘档次下让客户收获更多的实惠，楼盘细节品质精巧，入户大堂、楼梯间、电梯间的细节处理，先进的安防措施等真正从方方面面实现了楼盘的高性价比。

“此次重庆之行，亲身感受优秀品牌开发商的优秀产品，我们将不断吸收、学习，将更多的可取之处用在自己的项目之上。”陆相华最后说道。



“学人所长、补己之短”

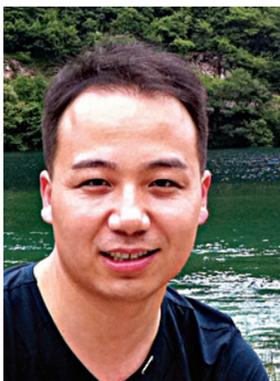
河南新田置业销售经理 薛超群

创建于1994年重庆龙湖地产，经过18年的沉淀，现今已成为国内地产界的龙头企业，别墅类项目的标杆企业。来到龙湖，源著，通往售楼处的是五彩斑斓的花园小径，感觉就像进了公园，不禁被龙湖的园林景观所折服。

“进入售楼部后，置业顾问热情的接待，让我明白了龙湖对服务方面的高标准要求。”薛超群表示，这种体贴入微的服务态度，在销售中至关重要。此外，挑选户型最好的边户作为精装样板间，也将户型的优点展现得淋漓尽致，使客户在参观后便有购买的冲动，加上“夸张”的景观绿化和细节设计，真正实现了体验式营销。

“从龙湖到金科，从整个景观规划到产品品质，使我感受到，能做到品牌地产绝非是一朝一夕、浪得虚名的，一定是本着‘注重细节、用心做事、客户至上’的原则，只有这样才会得到客户的青睐和拥护，才会永远立于不败之地。”薛超群表示。

第二天通过与龙湖地产营销部的交流会，让薛超群了解到了龙湖地产成功的两个核心法宝：人文的园林景观和入微的物管服务，这两点看似简单，但做起来真的很难，能永远保持下去更难，这需要整个团队的坚持不懈和齐心协力才能完成，这不但要从管理上下工夫，还要从人员素质上把好关。



“标杆房企为我们树立了榜样”

东方·鼎盛国际项目部总经理 岳德印

岳德印表示，通过参观重庆标杆房企龙湖、金科地产多个楼盘项目，亲身体会到其在产品营造过程中的精耕细作和贴心体验式的物业服务与管理。

“在目前房产市场同质化的趋势下，如何提高楼盘的附加值，成为地产商们追求的目标。综观龙湖、金科地产的几个楼盘，均在规划与建筑、园林景观设计，物业服务与管理方面突出其特色，与传统地产公司的楼盘拉开了较大距离。”岳德印说道。

在规划与建筑方面，充分利用地区资源，如利用毗邻市政公园的优势，打造成为园区内景，湖水长天之间，各种水鸟或飞或游，无须在外做旅行家，真正做到“回家就是一种旅行”。

园林景观方面切实表现出了立体绿化，把园林作为建筑的外立面，在中心园林区及入口处，大量使用与项目相搭配的高大植物，从植物的高度、胸径、冠幅来看，属全冠移植；用小乔木和大灌木作园区内主通道、局部小景观区的绿化，以提高绿化的层次感；小灌木及丰富的花卉起到围护、隔离和点缀的作用；达到垂直立体绿化的景观效果，让小区居民自入住之初，就能享受到成熟园林，营造出富有强烈生命气息的生活场景。

“本次参观，是一次很好的学习过程，让我们直观、真切地感受到了标杆房企的独到之处，为我们在项目工程管理工作方面提供了模式、树立了榜样。”岳德印表示。



“积极探索本地房企发展模式”

康桥地产销售经理 赵娜

“经过几天的考察，对龙湖地产有了更直观、更深入的了解，对郑州地产行业有很大的借鉴意义。”在赵娜看来，龙湖致力于公益事业，从幼儿园到体育馆，积极投身公共建设，有记录的捐助行为达50次，办有龙湖职业学校，培养8000名学员，提高服务水平。这些都会为品牌传播形成良好口碑。

对产品精益求精，在细节上展现完美，比如从项目同纬度气候、地理条件近似的地方，选择与项目匹配的高大植物全冠采购移植，对植物高度、胸径、冠幅等都有严格的标准，从起挖种植到养护做全过程跟踪记录，运输中，每一棵树都享受专车待遇，保证园林景观品质。

体验式服务，满意在细节，“把平凡的工作认真做好一百遍，一千遍，就是不平凡。”龙湖物业遵循的标准：雨停后20分钟内路上不允许看到积水，楼梯扶手，小木条凳，抹擦方向必须统一，园区草坪上草的高度不得超过10厘米，每平方米杂草数不得超过5株。这种近乎偏执的认真，使龙湖生活成为品质生活的代名词，口碑相传。

“这次考察活动，组织得力、计划周密、行程安排合理，并安排专业人员全程陪同讲解和交流，使郑州地产企业进一步接近龙湖，积极探索适合本地房地产企业管理模式，进一步提升郑州房地产企业管理水平和竞争实力，为郑州市民提供更好的产品和服务。”赵娜表示。



“被龙湖景观、服务所折服”

郑州黄河大观有限公司销售部经理 杨峰

杨峰说道，参观下来，她一直被感动着。被龙湖企业的大气沉稳感动，被龙湖园林景观的精致、细节处理的精细感动，更被龙湖物业服务贴心周到所感动。

在环境设计上，龙湖讲究“植物是建筑的外立面”，多采用全冠移植的手法，选择丰富的树种，打造成熟的园林。“龙湖紫云台，入口处的‘竹林雾影’夹道迎宾，穿过花果暗香的密林，售楼部体验区那临崖无边际泳池更让我们有无尽的震撼和惊艳。”杨峰如是说道。“在龙湖源著的实景样板间，看房通道两侧用绿色树林喷绘正反两面将通道包装，配合上方的绿色防护网，走在长长的通道中间，仿佛置身于林海，凉爽惬意，有一种物我两忘、浑然天成的感觉。”杨峰坦言。

在参观现场，保洁人员一直都在忙碌着，或擦玻璃，或紧跟客户整理客户喝完水后随处放置的水杯，每当与她目光交汇，总会发现她对你会心的微笑，让每一位到访者都感觉是那么的舒服。

终于明白为什么龙湖的产品卖得那么好了，强大的品牌号召力，众口称赞的产品，精致的园林景观，一流的客户体验，更重要的是人性化的物业服务，这所有的一切达成了最大化的客户满意度和忠诚度，进而实现了龙湖企业的发展最大化，这些都是值得我们去学习的。

