

VOICE 特刊

俊发集团 JUNFA GROUP | 品质筑就生活
中国房地产百强企业

俊发地产有限责任公司出品 <http://www.ynjunfa.cn> 2017年总第124期

更新我们的城市
服务你的生活

品质提升年, 17 精彩

俊发集团
2017品质提升年
年中报告



俊发集团官微
关注获取更多资讯

PREFACE

卷首语



2017年初，俊发提出“品质提升年”年度主题，从产品、服务、管理、团队四个方面入手，全面提升品质。令出如山，俊发集团上下一心，各大业务板块、中心、部门迅速进入战备状态，梳理挖掘可提升的事项，制定计划，全面执行品质提升工作。

在一年即将过半之际，特别向一起战斗的同事们、关心俊发的朋友们汇报2017品质提升年的半年工作成果，这既是自我监督，也乐于接受各方监督，希望各位俊发人携起手来，凝心聚力，锐意进取，使命必达！

俊发圆桌 ——共话“品质提升年”



地产集团/副总裁—张福勇

在总结前半年的工作体验和得失之后，下半年我们会集中力量继续深化产品标准化和管理标准化工作，以此为我们的产品质量和工程质量提供切实保障。让我们的产品品质、服务品质、管理品质、员工团队品质在每一天都有进步，都有不一样的新气象。



物业集团/总经理—苟文劲

服务美化生活，用心感动你我。在为业主服务的最前线，俊发物业把企业的宗旨贯穿于每一位员工行动的细枝末节中。以品质为前提，先后推出“向日葵”金服务、“化蝶”计划、智慧社区数据化平台、轮盘计划、俊发物业学院等行动，追求精益求精的服务品质，为业主的优质生活提供切实保障。在一次次的创新突破中，俊发物业不断变革，打破传统物业服务的屏障，用心架起物业与业主之间的桥梁，成为业主值得托付与信任的家人。



产品研发中心/总经理—栗敏

如今，房地产行业从“黄金时代”跨入“白银”时代，房企的核心竞争力也逐渐从“以土地为核心”转向“以产品为核心”。面对这样白热化的竞争状态，产品研发中心深感责任重大。2017年，我们将执行品质提升七部曲，从行业、客户、特色、效果、落地、成本、评价七大步骤，从客户需求反推产品设计，从产品质量、舒适度、产品创新及提升三大方面，以创新、产品标准化、管理精细化三驾马车并驾齐驱，全面践行产品品质提升。



工程管理中心/总经理—张鑫

建筑工程品质是一个房地产企业对业主应有的承诺和保障。下半年工程中心将继续加大工程质量管控力度，持续更新完善标准化体系建设，引导督促项目在保持所取得成果的基础上，进一步提升产品工程品质。



人资管理中心/总经理—黎琴

2017年是集团的品质提升年，员工队伍的提升更是首次被放到了集团战略的高度。只有员工队伍的品质得到提升，才能为公司的管理品质提升、产品品质提升和服务品质提升提供源源不断的动力。今年我们进行了大量的人员盘点工作，理清了人员现状。针对我们的现状，人力资源中心今年会将重点放在全员绩效激励管理；强化培训体系；招聘年轻化、高素质化；为新动力计划量身打造管理方案；梳理岗位权责等五个方面坚定不移地围绕着“人”开展工作，全面落实员工队伍的品质提升。



建设集团/总经理—叶文武

对于建设来说，产品质量的提升是最基本也最重要的，在过去的两个季度，工程严格执行推进工程施工标准化，建立了进度、质量、安全奖惩制度，提高了执行力，施工质量得以明显提高。在夯实基础的同时，建设集团也着力开展服务提升，通过人员、成本、工程三大提升计划，实现人、财、产品的系统化提升，保证建设集团高效有序运转。



营销管理中心/总经理—王瑶

品质提升，对于营销系统建设尤为关键。在一季度，我们主要从三个大的方面展开工作：提升客户大数据库质量，定期形成客户分析报告，进一步强化客户分析能力；第二，联动片区总、项目总考核，奖惩结合，共同监督案场服务质量；第三，对标一线优秀房企，达到管理统一口径、规范流程、加强内控、提高集团营销费用使用费效比。下一步，我们将着手两大板块的品质提升：案场管理、展示、流程的标准化和营销系统的梯队培养和专业模块培训。崭新的营销板块，从锻炼内功开始，强制度、精业务，实践品质提升！



运营管理中心/总经理—郭振川

俊发十九年来一直是以“品质筑就生活”作为企业的发展理念，今年我们再次提出“品质提升”其实是对品质要求的二次升级。品质不应该只体现在我们交付给客户的产品上，更应该从管理、团队和服务上完成企业全方位的品质提升，共同努力与企业一同进入品质2.0时代。作为一个充满活力的企业，我们对品质的追求从未放慢过脚步。我们也相信，一个追求品质的公司一定会在现在和将来得到更多客户的赞许。



地产集团总裁办/副主任—丁普斯

“十三五”期间，俊发将迎来新一轮的发展机遇。号角已经吹响，使命催人奋进。但前进的道路上，我们始终不能忘记“初心”——对高尚品质的追求。围绕品质提升年目标，总裁办将继续苦练内功，把集团领导、兄弟中心和基层企业当作客户，进一步提升团队品质，打造负责任、有能力、可信赖的办公室人员队伍，进而提升品牌、公文等产品品质，提升行政、公共关系等服务品质，提升制度、法律等管理品质，为集团品质提升年目标的全面实现提供保障。



一张图看懂 俊发集团四大板块品质提升要求

提升产品品质

- 01 从产品质量入手,从设计源头到工程质量进行根本性提升;
- 02 加大实测实量的频次,提高一次性交付的达成率;
- 03 严格执行四个验收标准,提升客户的交房满意度。

提升服务品质

- 01 注重客户体验,提升案场服务水平和物业服务水平。
- 02 重视客户的重复推荐购买率,提升客户满意度。
- 03 重视客户的重复推荐购买率,提升客户满意度。

提升管理品质

- 01 系统性梳理“城市更新的模式”,凸显俊发的核心竞争力;
- 02 全面完成两个标准化的上线使用,即产品标准化1.0版和管理标准化;
- 03 以客户需求为导向,做客户梳理、客户管理、客户分析,建立大数据库;
- 04 从营销、运营、财务、人资等全口径对标一线房企,降费增效。

提升员工队伍

梳理现有员工队伍,加强员工培训,加大人才梯队培养,落实三年人才梯队培养计划;
提拔年轻人才,保持队伍活力;
实现员工结构性调整,做到严控组织、因事定岗、因岗定人、精准定薪。



产品品质提升

从产品质量入手,从设计源头到工程质量进行根本性提升;
加大实测实量的频次,提高一次性交付的达成率;
严格执行四个验收标准,提升客户的交房满意度。



01 产品标准化1.0落地发布

2017年初,俊发集团《产品标准化1.0版》发布(以下简称《标准》),《标准》涉及设计、工程、成本、采供四大版块,囊括从住宅设计到交付标准等十二大类,六十四项标准细则,要求各项目依据细则严格落地执行,以此达成预期的质量目标;同年3月,集团成立标准化领导小组开始对全集团各项目进行工程、设计、成本、营销等方面的现场巡查,检查督促项目建设进度,了解和帮助解决具体问题,以此确保各项目现场严格执行标准化施工,全面落实品质提升。

从第二季度开始,工程管理中心成立督导检查部,将产品标准化落地情况进行了常态化的检查并依据产品标准化1.0考核细则对各项项目进行考核。以上措施,有效地加强了集团对项目建设过程的管控,以践行“管理标准化”和“产品标准化”的方式将“产品品质提升”落到实处。



俊发集团		产品标准化		编号:	
				版本: A1.0	
				页码: 第 1 页 共 291 页	
俊发集团—产品标准化					
编制	日期				
初审	日期				
审核	日期				
批准	日期				
修订记录					
日期	修订状态	修改内容	修改人	审核人	批准人

02 结合互联网,打造“全品家”



艾佳生活是国内首家互联网家居生态共享平台,依托强大的互联网基因,为消费者创造超出预期的极致产品、极致服务,让客户省心、审美、省钱。这与俊发“以客户需求为导向”的理念不谋而合。通过一系列的考察和接洽之后,俊发集团和艾佳生活达成战略合作,成立云南俊发艾佳生活公司,打造“全品家”品牌,解决客户在传统家居市场中面临的费时费力、效果不确定、价格不透明等置家“痛点”。在提供住的解决方案基础上,双方还将通过“实时监督、客户决策、集体权益保障、价格透明”四项机制,保障装修施工质量,实现装修施工标准化。让客户从繁琐的家居装修、装饰中解脱出来,为用户提供极致的产品和体验。



扫一扫
了解“全品家”更多内容



03 六大筑家计划 10个工程主题月

作为践行提升产品品质的重要举措,工程管理中心在《产品标准化1.0版》各项细则的指导之下积极开展落地执行,在这过程中,逐渐总结经验建立完善起来了俊发“六大筑家计划10个工程主题月”体系。通过对样板房、实测实量合格率、标准化检查等六大筑家

计划的梳理,将日常工作体系化制度化。同时,工程管理中心还将开展“10个工程主题月活动”,每月开展一次集中专项整治,与六大筑家计划相辅相成,进一步践行、强化品质提升。



3大样板房先行

46个实测实量细节

64项标准化检查

移动质检实时监测

4大工地开放日

3大工程文明保障

六大筑家计划
助力品质提升



扫一扫,了解“工地开放日”更多内容



扫一扫,了解“六大筑家计划 10个工程主题月”更多内容

3月 标准化执行检查

4月 实测实量重点关注

5月 工地开放

6月 安全文明检查

7月 工程进度检查

8月 交付整改查验

9月 工程团队建设

10月 工地开放

11月 交付评估

12月 年度工程大数据报告

10个工程主题月

04 设计13道新技术工艺升级

俊发早期呈现的作品,例如翠湖俊园、水晶俊园、世纪俊园等昆明具代表性的项目,在外立面、公共区域、景观、户型、配套设施等方面均引领昆明市场。在沿袭俊发“品质筑就生活”的发展宗旨,持续增强产品竞争力,树立产品品牌。产品研发中心在充分研究行业发展趋势及其他房地产公司的优秀产品特点之后,结合俊发自身实际,在本年度开展了一系列产品品质提升方案及实施计划。优化设计思路,由末端客户及市场需求反推产品功能,从产品质量、舒适度、溢价能力三方面进行全面品质提升。综合以往各项目设计、施工容易出现的问题,产品研发中心将最基本最常见的标准化条例编制成顺口溜的形式,要求全体设计人员、工程人员书记背诵。以此加强对内部人员的管理和专业素质提升。

俊发集团产品研发中心

【设计强条十八条】

产品标准要牢记, 楼栋两可勿执行
景观室内要同步, 专项设计齐开展

首层平面落总图, 标高关系梳理清
公建配套需移交, 出口设计要对外
私家庭院要干净, 产权划分要清晰
精装设计先介入, 户型设计更完整
家具布置按精装, 点位定位才精准

外围梁高要控制, 主要房间不露梁
立面线条不应多, 遮挡视线要不得
过道净宽要满足, 单元门洞要合理
户门两侧要留探, 玻璃雨棚不宜多
车位设计要规范, 距墙距柱需满足

震动辐射低噪声, 不应设在住宅下
风井不能挡商铺, 铺内立管不应多
风井高度要防水, 同时不能吹到人
油烟排放要远离, 空调就近客房旁
汇合楼层亦单排, 排水立管游居室
管线穿越要牢记, 装修净高要保证

俊发集团 | 品质提升年



详解13道新工艺

产品提升项	优势	落位情况		产品提升项
		一季度	二季度	
铝合金模板体系	铝模由厂家根据图纸进行标准化生产,能够大大提高现场施工的准确性。同时,铝模具有拼缝少、精度高、墙面光滑平整的优势,能够抹灰,降低对木工、泥工等技术工种需求,更能够提高主体结构精度性能。在拆模后混凝土外观质量高且能重复使用300次以上。在循环利用的同时保障了工程质量。	逸天峰地块三、逸天峰地块二10栋、俊发城N6、俊发城N12		  <p>扫一扫,了解“铝模”更多内容</p>
使用新型全钢爬架	采用新型全钢爬架,现场施工安全性大大提高,减少操作人员工作量,拼装完成以后,免除脚手架的重复拆装工序,钢爬架成型效果较好,外观整齐美观。	俊发城N15、逸天峰2#地块		
外墙全现浇	项目外墙采用全现浇施工工艺,有效减少外墙漏水点,同时内墙平整度大幅提升,保证居住品质。	逸天峰地块二9栋	计划落位琥珀俊园二期A7、A9、A14、盛唐城G2/B地块、盛唐城G1地块、盛唐城H3地块、俊发空港城4-2地块	
短肢墙块现浇	减少二次砌筑;门边开关门不容易开裂;门窗稳定性提高。	逸天峰地块二、逸天峰地块三、俊发城N6、俊发城N12、琥珀俊园二期A7、A9、A14	计划全项目落位	

产品提升项	优势	落位情况		产品提升项
双立管排水系统	排水由两根管道实现,一根用来排水,一根专用于通气,排水更通畅,排水管采用柔性铸铁管,水流噪音小,管道经久耐用。 采用专用管件连接排气管与排水管,有效排除排水管中的气体,保证排水管的排水流量。	俊发城N15、逸天峰地块三	计划落位俊发N-9-a、俊发空港城4-2、羊肠大村N-21、羊肠大村N-22-1、盛唐城G2/G1/H3	
预留天然气及空气源热泵安装条件	设计前置,方便客户选择及安装天然气、空气热泵。	逸天峰地块三	计划落位俊发城N-9-a、俊发空港城4-2、羊肠大村N-21、羊肠大村N-22-1、盛唐城G2/G1/H3	
地下室车库结构柱消防栓箱安装	消防栓连接管穿柱和消防栓连接,增加使用面积,避免车位遮挡,起到合理开发利用地下空间的作用。	俊发城N-6	计划落位俊发城N-9-a、俊发空港城4-2、羊肠大村N-21、羊肠大村N-22-1、盛唐城G2/G1/H3	
分户净水、软水	昆明水硬度较高,长期使用会给业主的生产生活造成不便,为此引进了净水软水设备,减少业主后期的清洗维护成本,让业主轻松和水垢说再见。	逸天峰地块三	计划落位俊发城N-9-a、羊肠大村N-21	
热水末端循环	舒适性:热水即开即用,提高了使用的舒适度 节水性:避免了管路冷水无端浪费,节省大量的生活用水 节能性:监控及时到位,避免浪费水、气、电资源	逸天峰地块三	计划落位俊发城N-9-a、羊肠大村N-21	

产品品质提升

产品品质提升

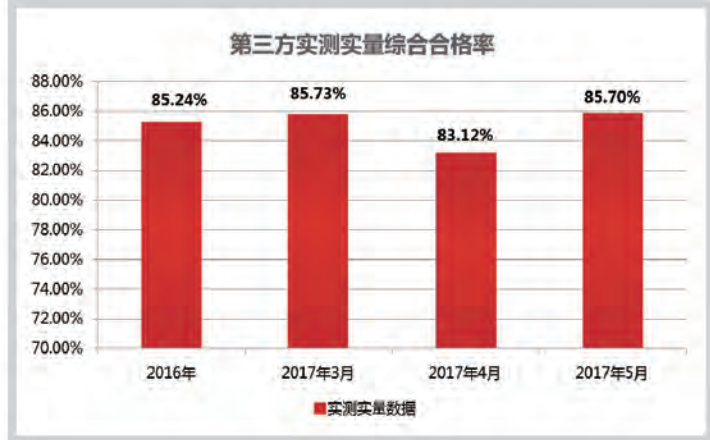
产品提升项	优势	落位情况	
雨水回收利用-水景	在进行景观设计时采用下凹绿地,实现中水处理、雨水收集,实现资源循环利用	俊发城、海东俊园一期A区	计划落位 俊发城N-9-a、 俊发空港城4-2、 羊肠大村N-21、 羊肠大村N-22-1、 盛唐城G2/G1/H3
微降板、不降板同层排水	<ul style="list-style-type: none"> 布局灵活,按需布管可以自由布置卫生间格局, 减少弯头、存水管等管件,排水更顺畅,降低堵塞几率 不贯穿楼板,降低渗漏到楼下几率 大幅度降低噪音,同层排水的横管埋在填充层内,起到隔音作用 减少层高占用,可无需吊顶 减少卫生死角(使用挂墙系统),方便清洁更卫生 	产品研发阶段	
暖通提升(空调配置、户式新风加湿系统、地暖)	<p>空调配置:</p> <ul style="list-style-type: none"> 按户式中央空调预留安装条件,空调全覆盖;设置专用室外机设备平台;设置冷凝水管有组织排放冷凝水 <p>户式新风加湿系统:</p> <ul style="list-style-type: none"> 无需开窗,自由送风 强效过滤,空气质量好 集中加湿,不干燥 手动控制,安全可靠 <p>地暖:</p> <ul style="list-style-type: none"> 地暖采暖热空气自然上升,没有空气搅动,不易造成污浊空气对流,室内空气洁净,卫生清洁。 地暖较对流供暖方式热效率高,热量集中在人体受益的高度内,传送过程中热量损失小 增加了保温层,具有非常好的隔音效果,地板采暖过程寂静无声。 	春之眼	 
浮筑楼板隔声系统	在楼板面层与结构层之间设置一层弹性垫层或减振隔声材料,通过减振垫层材料使室内地面面层与四周墙体及承重楼板隔绝,形成“浮筑结构”,有效削弱了撞击声传播,大大提高了楼板撞击声隔声性能。	产品研发阶段	

05 工程第三方实测实量合格率再提升

工程管理中心连同第三方实测单位,在品质提升年加大实测实量力度,优选第三方实测单位,优化评估内容,加大第三方实测实量频次,增加了装饰装修评估和交付评估内容,专业检测评估频次的增加,为各项目指出了存在的问题和改进方向。

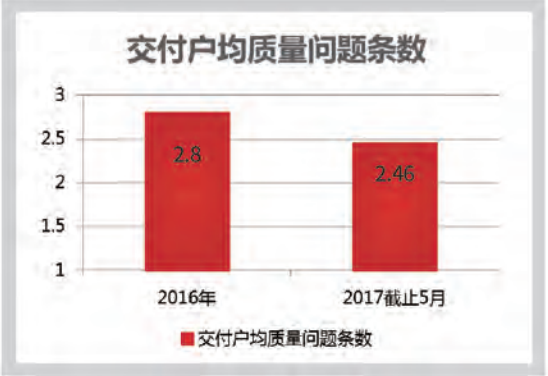
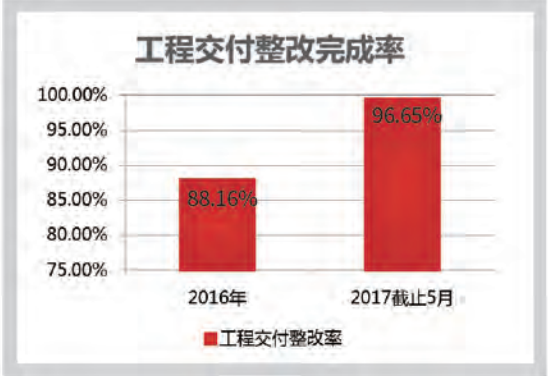


扫一扫
了解“实测实量”更多内容



06 工程交付整改完成率优于去年

交付整改处于房地产开发流程的末端,是最能够直接反映问题的环节。关注工程交付整改完成率,有助于各版块及时发现工作不足,及时改进,助力品质提升。已交付的时代俊园、星雅俊园工程交付整改完成率由去年的平均整改完成率88.16%提升到了96.66%,交付户均质量问题条数由去年全年交付项目户均2.8条降低到2.46条。实测成绩综合合格率相比去年同期有了相应的提升。



07

俊发ABS·Home景观系统

“俊发ABS·Home景观系统”以健康为核心，家庭为单位，社区为载体，提供最易于身心栖居的绿色空间

及公共服务设施。该景观系统将在逸天峰全面应用进行景观设计。

Athleticism 全龄运动

- 综合健身场
- 左右脑开发儿童乐园
- 社区慢跑
- 养生御园



- 1 综合健身场地**
种类齐备的健身器械。动静分区，季向分明，户外生活全体验。
- 2 左右脑开发儿童乐园**
700m²儿童教育成长基地。童心童趣，全年龄段；左脑+右脑开发：专属早教儿场地。
- 3 社区慢跑**
500米环园区的健康慢跑道。消耗能量直观显示；夜光导航，全时段运动。
- 4 养生御园**
按摩步道，养生器械，自然而然中修身养性，大自然的养生道场。

Biotope 健康生境

- 抗菌降噪
- 滞尘释氧
- 生态恒温
- 植物科普

- 1 抗菌降噪**
使用圆柏、桧树、刺柏、竹子、鱼尾葵、侧柏、龙柏等降噪抗菌植物、微地形设计，减少区内细菌滋生，区内噪音平均降低10dB。
- 2 滞尘释氧**
公园绿地 15000平米、区内绿地 6200平米、绿色乔木3000棵，微尘量下降5%，二氧化碳含量降低34%，氧气含量上升2.5%。
- 3 生态恒温**
植物群落配置，微地形设计，塑造区内小气候，冬暖夏凉。
- 4 植物科普**
名贵植物使用，细节之中见品质。儿童活动密集区质感植物配植，日常生活中的直观体验，亲近大自然。



15000平米公园绿地



6200平米区内绿地

Sociability 社交触媒

- 景观会客厅
- 入户花园
- 互动活动场
- 全区高速WIFI、室外插座



- 1 景观会客厅**
室外公共活动空间，让社区充满爱与活力。高品质交往空间，室外就餐、酒会、草坪婚礼。
- 2 入户花园**
精致的入户花园-泛客厅，私密与公共的融合，与友人相遇自然，“悠然的午后时光”。
- 3 全区高速WIFI、户外插座**
线上线下同步社交，高速互联。笔记本电脑、手机充电，一应俱全。
- 4 互动活动场**
低龄儿童与老人活动区靠近，老少同乐。健康跑道联系全区，创造更多相遇可能。

Home 尊贵归家

- 景观大道
- 酒店式落客区
- 酒店式大堂
- 仪式中轴

- 1 景观大道**
林荫大道，打造舒适的商业景观带。高规格乔木，开敞的商业环境。
- 2 酒店式落客区**
车行直达小区大堂；购物推车、手提挂钩，解放双手让爱回归；精细化管理，人性化服务，全时段“为您守候”。
- 酒店式大堂**
小区入口-酒店式大堂，酒店式会客空间，在公共大堂即可会客。配备公共洗手间。
- 仪式中轴**
仪式中轴，景观迎宾式体验，序列式中轴，半私密性泛客厅，空间开合联纵。



服务品质提升

强化案场监督,提升案场服务质量

提升物业服务品质,增强客户粘性

物业智慧社区数据化平台



01 强化案场监督,提升服务质量



逸天峰案场服务检查

在销售环节层面,加大对置业顾问及销售案场的监督,规范销售流程,提升服务质量;形成案场服务监督管理制度,片区总、项目总联动考核,暗访和明踩相结合按月对服务质量进行监督检查,提出整改意见并督促整改;明晰奖惩制度,共同监督案场服务质量。引入客户智能登记系统,规避现场藏客现象,体现服务尊贵感。



02 提升服务品质,增强客户粘性

随着城市发展,生活需求的变化和进步,俊发的服务也在不断地创新和升级中,两大服务机构俊发物业、俊客会,从更细微的生活角度做出提升,以高于行业标准的服 务,持续实现客户生活的增值。

作为业主服务的最前线,俊发物业把企业的宗旨贯穿于每一位员工行动的细枝末节中。以品质为前提,先后推出“向日葵”金服务、“化蝶”计划、智慧社区数据化平台、轮盘计划、俊发物业学院等行动,追求精益求精的服务品质,为业主的优质生活提供切实保障。



服务品质提升

共享出行:摩拜共享单车进驻俊发社区,实现俊发社区全覆盖。同时开创了昆明首个以物业为平台的“共享汽车”服务模式。



社区团购:俊发“真”食材、柏德口腔护牙团购,一系列惠民团购活动为业主提供专享福利。



一站式交房:为业主提供一站式交房服务,从五金砂石到装修设计,实现拎包入住。

“向日葵”金服务融入生活点滴



便民设施:便民小推车、速递易、自动售水机、自动贩卖机等自助便利设备一应俱全。



金牌中介:买房卖房,物业帮忙,俊发物业中介,为业主提供可信可靠的中介服务。



洗衣家政:衣物送洗,家政保洁,服务到家,一个电话预约物业上门服务。



扫一扫了解“共享单车”更多内容



扫一扫了解“共享汽车”更多内容



扫一扫了解“真食材”更多内容



水滴行动:每月一项整治主题,倡导社区文明行为,邀请业主共同参与监督,集水滴之力汇集为江河之势,共同营造睦邻友好的社区环境与氛围。



业主活动:在中秋、儿童、重阳等节日举办节庆活动,组织环保骑行等活动,倡导健康、绿色的生活态度。



全民造物:号召业主参与手工艺品制作,感受手工艺之美,重新审视自己的日常生活。



美丽“17点”:每天除日常巡查外,项目负责人还须带领团队对园区进行地毯式巡查,发现问题即刻处理。

“化蝶计划”破茧新生从好到美好



360客户满意度:每天对各项业主进行回访,业主反馈问题限期整改。



陪伴护送:对于需要帮助的特殊群体业主进行护送回家服务。



幸福回家路:上下班高峰期,物业人员不会因为工作而占用电梯,同时在小区出入口,为业主疏导交通,为业主出行保驾护航。员工不会因工作占用电梯,影响业主出行。



项目品质覆盖检查:每月项目全方面检查得分纳入考核。



业主神秘客:打通问题反映渠道,鼓励各项目业主作为神秘客进行信息反馈,发现问题及时整改。



扫一扫了解“物业故事”更多内容



物业智慧社区数据化平台 服务更智能,生活更美妙

物业智慧社区数据化平台作为俊发物业品质提升年的重点项目现已进入产品研发阶段。通过线上APP提供线上生活缴费、一站式购物等便民服务;呼叫中心搭建了便捷高效的沟通平台,能够满足业主随时随地指出问题,让社区变得很好;同时,平台还将推出FM系统,利用互联网和数字科技,进行数字化物业管理。



为业主提供便捷高效的沟通平台

为业主提供统一的高质量、高效率、全方位的服务

延长设施设备生命周期,业主资产保值增值

03 俊客会“十年情真 相伴你我”



俊客会成立之初即秉承“希望与爱”与“一切源于关怀”的生活理念,致力于打造以俊发为纽带的生活圈,共同营造温馨有序的社区环境。如今在成立十周年之际,俊客会主打“社群文化”陆续推出俊发业主社群。“女王大人联盟”、“熊孩子乐园”、“发烧集中营”……不同性别、不同年龄、不同爱好的业主友好且自主地进行交往,让业主与业主的联系更加紧密,业主对社区更有归属感,促进企业品牌影响力的持续提升。



扫一扫
了解“俊客会十周年”更多内容

服务品质提升



管理品质提升

明源系统上线

人资EHR系统启动

运营关键节点严控

强化客户分析能力,完善客户数据库管理

营销费用全口径对标一线优秀房企



01 明源系统上线

明源计划系统上线,有效帮助各部对项目进度进行科学合理控制,杜绝后期盲目赶工现象,避免造成质量风险和隐患。

同时引入明源移动质检系统,对现场质量进行管控,实现现场数据的实时传递反馈整改闭环,通过增加基层管理人员管理工具,提升工作效率。



扫一扫
了解“移动质检”更多内容

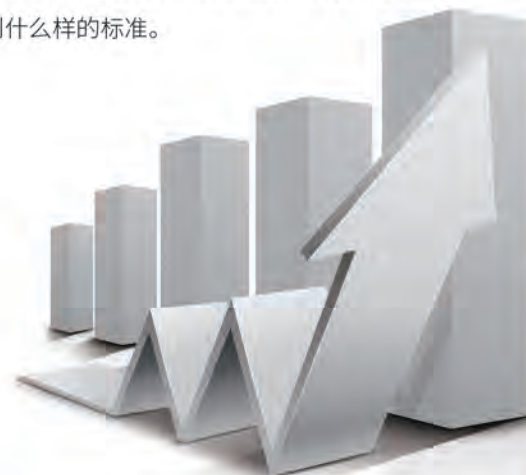
发现问题,随拍随记,质量问题高效直观记录



移动质检:2016年底,云南俊发集团以“俊发城”、“海东俊园”做为项目试点,全面推行实施“移动质检”,目前已实现三大功能:现场检查、实测实量、工序移交。

02 人资 EHR 系统启动

人资EHR系统启动,可以极大的规范完善人员信息档案,从而能更科学、系统的判断人员素质,把人放到最合适的岗位上去。目前依据前期调研结果,正在设计EHR蓝图。明确未来我们的系统需要什么功能,要达到什么样的标准。



03 运营关键节点严控

运营管理中心出台《项目卡片节点管理制度》,强化公司计划管理,规范集团、片区、异地公司的计划管理工作,提升管理效能,确保完成节点达成率;每年、每季度、每月、每周出具运营报告,对存在风险的节点预警并提出可行的处理措施,确保节点的达成;

截止2017年5月20日,共计55个里程碑节点,实际完成52个,占全年(239个)节点总数的23%,完成率达到94.5%,相比去年上半年(27.6%)同比提升242%。

节点达成情况				
序号	公司名称	里程碑节点个数	完成个数	完成率
1	官渡片区	24	24	100%
2	盘龙片区	26	24	92%
3	贵阳公司	5	4	80%
集团合计		55	52	94.5%

备注:截止5月20日集团里程碑节点完成率94.5%。

项目卡片节点管理制度

批准: _____
分管领导: _____
责任人: _____
编制: _____
2017年2月20日

编制单位	集团运营管理中心
执行日期	
适用单位	

移动验房:集中交房引入明源的移动验房,将会在公司下一个交房项目率先试点,并全面推广,采用移动验房有助于在交房过程中及时整改发现的问题。



04 运营关键节点严控

1 客户数据分析

总结俊发地产的客户特征、来源及发展趋势。每季度定期形成客户分析报告，已经形成的2017年1季度客户购房行为观察报告通过对地产成交客户信息的统计，分析整理出了包括主销面积、主销户型、购房群体、消费趋势、客服投诉等方面有价值的信息，帮助企业掌握客户趋势、发掘客户需求。



以上数据来自《2017年1季度客户购房行为观察报告》

2 客户数据库建立

一季度梳理俊发历史客户数据库，通过总结现状、分析问题进而建设标准化云客客户数据录入系统。同时《俊发地产云客客户数据录入质量检查管理办法》也于6月正式发布，《办法》将“客户数据录入质量检查”纳入案场服务监测及奖惩体系。以此整体提升俊发地产客户数据质量，提升销售代表录入客户数据的真实度、准确度、完整度和及时性。

云客客户数据录入质量检查体系	权重占比
(一) 神秘客复核	50%
(二) 云客后台抽查	50%
云客客户数据录入质量检查得分= 神秘客复核得分*50%+云客后台抽查得分*50%	

05 营销费用全口径对标一线优秀房企，规范管理

对标一线优秀房企，针对2017年费率进行全口径营销费用预算，明确各项目、片区\分公司及集团营销费用的使用范围、预算原则，达到管理统一口径、规范流程、加强内控、提高集团营销费用使用费效比的目的。





提升员工队伍

认清团队现状, 吸收新鲜血液

强化培训体系, 打造有凝聚力、战斗力的队伍

物业服务团队轮盘计划

领先行业, 成立物业学院

1 认清团队现状, 吸收新鲜血液

以年轻化、高素质化为方向, 吸收新鲜血液, 提高全员平均水平;

加强校园招聘——新动力计划, 从招聘选拔到培养任用, 量身打造管理方案, 让他们能够快速成长, 成为俊发年轻的核心力量;

梳理清楚权责, 让每个岗位上的人都能清晰了解自己所负责、清楚工作标准, 工作做到有的放矢。

截止目前, 2017年新动力招募计划已经结束, 通过层层选拔, 最终有17名佼佼者成为了2017届新动力的一员。在今年的校招计划中, 精简人数, 面向全国, 提高新动力素质成为了开展工作时的指导思想。在本届新动力成员均来自211、985重点高校, 硕士及以上学历的学生则占本届新动力的50%。于此

同时2018年的校招也即将开启, 从招聘的端口开始, 就让进入的员工年轻化、高素质化。

在2月进行的2017春季专场招聘会中俊发集团地产、建设、物业三大板块, 原计划招聘60种岗位类别200个职位。实际收到共计8092份简历, 经过两天的角逐, 187人进入复试(或笔试)阶段。为俊发的未来源源不断地注入新的血液和力量。



扫一扫
了解“集团招聘”更多内容



2 强化培训体系, 打造有凝聚力、战斗力的队伍

打造精品系列课程(领袖班、栋梁班、砥柱班), 让公司决策层、中高层、中基层的管理者, 能够走出去开拓视野、提升管理能力, 打造有凝聚力、战斗力的队伍。

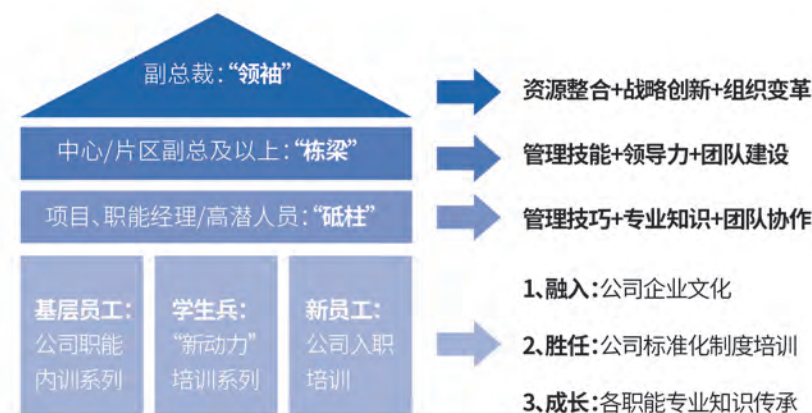
继续深挖内训体系, 开办高层大讲堂, 让高层领导的经验、知识、技能沉淀下来, 传承下去, 提升基层员工技能、能力, 统一思想, 强化凝聚力。



高管大讲堂

六大培训课程

四个层级系列



扫一扫
了解“俊发人才成长六大法宝”更多内容



提升员工队伍

提升员工队伍



3 物业服务团队轮盘计划



一季度

轮盘计划 - 启动 盘点 考核 轮岗

盘点: 盘点人员218人(含集团职能及项目主管级以上), 计划全年调整淘汰40人, 保持团队的良性竞争。

任用: 1~5月提拔任用职能副总经理1名, 经理1名, 职能主管1人, 项目主任9人, 项目主管13人。

轮岗: 1~5月职能经理轮岗2人, 项目主任轮岗5人, 项目主管轮岗13人。

二季度

轮盘计划 - 寻找服务明星 全方位提升服务品质

二季度, 由人力资源中心主导开展“寻找服务明星”行动, 让业主切身感受“关爱就在您身边”。

依据五大基础服务板块基层员工绩效情况及综合评价, 评选出三星、四星、五星级客服明星、工程明星、环保明星、秩序明星、特约服务明星, 佩戴荣誉徽章上岗, 鼓励员工积极进取, 让业主时刻体验星级服务。实现业主与物业互动, 共同监督服务品质。

4 成立俊发物业学院

俊发物业从1999年成立至今, 所拥有的成绩都是每一届管理团队一点一滴累积的。建立属于俊发物业的培训学校, 不断提升专业素质和业务水平, 将优秀的俊发物业基因进行继承和发扬。2017年预计开展培训10期, 计574人次, 116天928课时。参训层面涵盖物业项目主任、客户服务、秩

序维护、工程维修板块储备骨干及俊虎特勤队等, 开设企业文化、强化执行、沟通技巧、工作流程、服务心态、团队建设、职业操守、军事拓展八大课程, 使物业团队不断深化理论积淀、凸显能力本位, 保持文化上的富有、能力上的富足和素质上的富强。

