

21

世纪



2014年11月 总第54期

中国不动产

接受赞美或嫉妒，
你准备好了吗



历届年会获奖人物系列访谈
维护客户注重“内外兼修”
成都，来了就不想走的城市
21世纪中国不动产与搜房网签署战略合作协议

你点亮 【万家灯火】 人生【流光溢彩】

Century
21

Century
21

始于1971
诞生美国

演绎非凡、实现梦想

辉煌背后，凝结了全球十多万经纪人共同的**奋斗和坚持**。
持续征程，人生会有**更多传奇**等待你去创造，一路遥遥领先。

欲详细了解更多信息，请登录21世纪不动产官方网站：www.century21cn.com 或关注我们的微博 @21世纪不动产

“稳定住房消费”的意义

大家可能已经注意到了这条消息：10月29日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议要求，重点推进六大领域消费，要求稳定住房消费，加强保障房建设，放宽提取公积金支付房租条件。“稳定住房消费”的说法是这届中央政府首次提出。

“稳定住房消费”有着现实的需要。今年1-9月，全国固定资产投资同比增长17.5%，但房地产投资仅增长11.7%。经济学家李稻葵表示，根据测算，如果房地产投资增速与固定资产投资增速持平，那么前三季度GDP增速就会由7.4%上升到7.7%。也就是说，房地产拖累经济0.3个百分点。2014年GDP要实现7.5%的目标，房地产投资必须稳定下来，而稳定住房消费是令房地产投资企稳甚至回升的关键。

“稳定住房消费”还有为地方政

府财政护航的作用。根据《2013中国国土资源公报》，截至2013年底，全国84个重点城市处于抵押状态的土地面积为40.39万公顷，抵押贷款总额7.76万亿元，同比净增1.77万亿元。而全国有600多个城市，很少有哪个城市不拿土地作为抵押物去申请贷款的。最保守估计，全国土地抵押贷款必定超过10万亿。

土地，不仅是一项无法替代的主要收入来源，而且还是一种融资工具。假设房价、地价同时大跌30%以上，作为抵押物的土地总价值额就要缩水数万亿，这绝对是地方政府和土地持有企业无法承受之重。所以，房地产市场的调整幅度不宜过深。

银行对房地产的依赖也很严重。据央行10月28日公布的数据，至今年三季度金融机构房地产贷款余额16.74

万亿元，同比增长18.2%，远高于金融机构贷款余额13.2%的增幅。金融机构人民币各项贷款余额为79.58万亿元，房地产贷款占比超过20%，仍然是权重最大的行业。由于房地产贷款余额高、权重大，房地产下跌过快，银行直接损失巨大。更重要的是，房价大跌必然带动地价下跌，以土地为抵押物的贷款，也将大幅缩水。

这就是国务院提出“稳定住房消费”的多重含义。房地产调控确有必要，如果楼市持续上涨，经济结构调整就无法推进。但调控之手又不能太重，因为GDP、地方财政和金融机构都对房地产有依赖。所以，掌握其间的平衡是一门技术活。

如果延伸阅读，下一步国家还会继续对房地产调控松绑么？有可能。比如，降低首套房公积金贷款的首付成数，扩大首套房和普通商品住宅的契税优惠，都是有空间的。最重要的，我们一直呼吁取消二手房转让的营业税。如果实在不能取消，至少也应将5年限制期改为2年。

限购限贷的持续放松，10月楼市已作出良性反映。北京上海等主要城市的二手房实际成交量均有较大幅度的增长。我们认为，房地产最坏的时期已经过去。作为房地产经纪入，你坚持下来了么？楼市新的春天已经不远。





4 行业资讯 PROFESSIONAL INFORMATION

5 观察 OBSERV

取消限购不会导致房价大幅反弹 / 5

6 活动 COMMENT

总部举行2014年度精英赛 / 6

青岛区域赴中国总部参观交流 / 7

8 总部新闻 HEADQUARTERS NEWSCOMMENT

21世纪中国不动产与搜房网签署战略合作协议 / 8

21世纪不动产中国代表团赴日本考察 / 9

21世纪不动产携海外合作伙伴现身京沪秋季房展 / 10

21世纪不动产亮相中国特许展上海站 / 11

12 特别策划 SPECIAL PLAN：历年年会获奖人物系列访谈

客户既是朋友也是老师 / 13

能打垮你的只有你自己 / 14

从语文教师到冠军店东的华丽转身 / 15

带着感恩的心执著前行 / 16

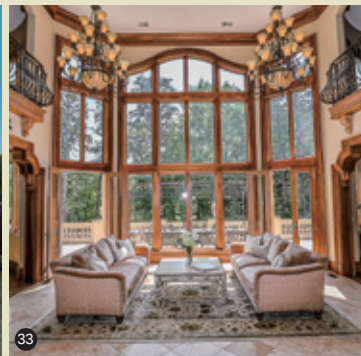
“接地气”的店长 / 18

探秘2014中国年会主持人 / 19

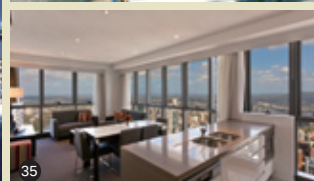
C21微电影剧透抢先看 / 20



32 海外置业
大瀑布城——弗吉尼亚



34 海外置业
悉尼



22 行走C21 CENTURY21 OVERVIEWS

走近21世纪不动产成都区域 / 22

21世纪不动产成都区域大事记 / 23

成都，来了就不想走的城市 / 24

拼搏才能成功 坚守方见彩虹 / 26

32 海外置业 CENTURY 21 OVERSEAS PROPERTIES

大瀑布城——弗吉尼亚 / 32

悉尼 / 34

36 体系新闻 SYSTEM INFORMATION

26 前沿交流 EXCHANGE

维护客户注重“内外兼修” / 29

维护老客户三步走 / 30

真诚和用心是最好的王牌 / 31

把每一个人都当成客户 / 31

01

国务院要求
稳定住房消费

10月29日，国务院总理李克强主持召开的国务院常务会议要求，重点推进六大领域消费，要求稳定住房消费，加强保障房建设，放宽提取公积金支付房租条件。

02

李稻葵：房
地产拖累
GDP约0.3
个百分点

国家统计局数据显示，今年前9月，全国固定资产投资同比增长17.5%，但房地产投资增长11.7%。经济学家李稻葵表示，根据测算，如果房地产投资增速与固定资产投资增速持平，那么前三季度GDP增速就会由现在的7.4%上升到7.7%。

03

北京自住房
撑起新房市
场半壁江山

据统计，截至10月30日北京新建商品住宅的网签量为9055套，环比9月上涨13.54%。新建住宅商品房（不含保障房）7296套，环比上涨64.14%。新房均价为22511元/平米，环比降17.55%。在7296套新建住宅商品房中，自住房占到3538套。

04

10月二手房
成交大增

虽然各大城市网签二手房数据仍显示在下滑，但签比实际成交要滞后15-20天左右。据北京多家房地产中介机构数据，它们达成的二手房买卖合同签订量比9月上涨1倍左右。其他主要几个一二线城市的二手房市场也在普遍回暖。

05

7000万套小
产权房转正
无望

国土资源部在“农村宅基地制度改革试点方案”中，将流转范围严格界定在农村集体经济组织成员内部，这意味着城镇居民到农村购房及其相关的小产权房，仍是“法律政策禁区”。多家媒体估计称，全国小产权房存量达7000万套。

06

开发商称
90%的房企
将倒下

“未来90%的房地产企业都必须淘汰出局。”新城控股集团副总裁欧阳捷在一场地产论坛上表示，2012年全国有8.9万家房地产企业，而2013年商品房竣工面积为10亿平方米，如果按照单个楼盘10万平方米计算，仅需要1.1万家房地产企业。

07

第四季度有
望成今年最
好一季

开发商推货热情迸发，强攻年底市场。他们认为，在政策松绑的利好刺激下，一些压抑的需求会极大地释放，一些观望了全年的消费者也会选择出手，在供应充足的情况下，第四季度有望成为今年销售“最好的一季”。

08

甘犁回应：
我国空置近
5000万套房
是真的

西南财大教授甘犁提出，全国城镇地区住房空置率为22.4%，约为4900万套住房。但任志强认为这个数据不可信，原因是1998-2013年全国商品房竣工量仅有7000万套左右，不可能空置那么多。但甘犁最近再次表示，全国城镇除了2000-2013年新建住房7000万套之外，至少还新增了四五千万套由“被动”进城的家庭带来的商品房。

09

日本大量空
置房比肩中
国

据日本总务省消息，日本全国住宅中，今年的空置房套数相比2008年增加63万套，达到了820万套，创出历史新高。空置房所占比例截至2013年10月达到13.5%，较2008年提高了0.4个百分点，创下历史最高纪录。日本房价也已连跌20年。

取消限购不会导致房价大幅反弹

文——李 铁

从当年制定限购政策的出发点看，大概是以下几个主要原因：

第一、房价上涨太快。

一、二线城市，省会城市等公共服务等级比较高的城市，支撑了房价的较快上涨，而对中低收入的家庭，住房供给相对不足，这导致了社会舆论的强烈反应。政府采取限购政策有一部分是为了应对舆论的强烈反应。

第二，基于政府对经济规律的判断。很多人认为中国的房地产问题可能会引发泡沫和金融危机。从日本例子以及美国的次贷危机的经验来看，中国需要预防类似的情况出现。政府最终采取的方式是通过行政手段来限制房地产。

但如果按照市场经济规律看，优质资源必然向大城市集中，这是城市化的趋势。从国外经验看，特大城市的高房价都是正常现象。房价上涨可以通过增加中低收入住房来解决，但我们把未来的风险过度放大了。我们遏制房价、控制房价上涨，更多的是在担心泡沫的问题，是考虑到它的经济因素。

日本和美国出现楼市泡沫有两个前



提：第一、城市化严重饱和，城市化率达到90%，到90%多以后，住房供给相对就有问题，只能靠银行贷款过度刺激来带动。第二，这两个国家的经济增长率相对比较低。

我们的限购取消后，房价会不会反弹？支撑房价上升有两个因素，第一是社会心理趋势，第二种是宏观经济形势。目前我国这两种因素都不支撑房价的快速反弹。此外，政府的反腐等一些措施对官员购房构成了约束。还有环境问题，个别城市比如北京雾霾越来越严重，可能在某种程度上，也打消了一部分人对北京其他优质资源的向往。我们不能仅仅看居住性需求的供求关系，而是要考虑到社会综合因素。

尽管房价短期内不会出现大幅度反弹，但上涨趋势仍然是不可避免的。举个

例子，比如户籍制度。

现在中央已经明确，特大城市的人口数量还要严控。但如果我们认同了人口还将会继续向大城市流动的规律，那么这些大城市的房价还会上涨，结果是随着成本提高，会使城市核心地区的资源外溢，这是一个市场过程。

大家都关注短期的房价上涨或者下跌，短期的经济增长和刺激政策，短期的企业收益等等，而往往忽视了城市化的进程是长期行为，也就是说对房地产的需求也是一个长期的概念。未来的短期波动估计还会很频繁，但是长期来看，住房需求是稳定增长的。

如果进行户籍改革，把人们从原来的户籍所在地转向新的户籍所在地，一定会刺激长期消费需求的变化。这就是城镇化拉动内需，是一个巨大直接的需求。它首先带动的是住房需求，无论是租赁形式还是购买形式，住房方面都有强烈的需求。但现在还没有真正实现拉动内需，所以，房地产真正的春天也还没有到，大家只看到房价上涨，没有看到真正的房地产的潜力和需求。（作者系国家发改委城市和小城镇改革发展中心主任）※



参赛选手、与会嘉宾及顾问合影

总部举行2014年度精英赛

文——本刊记者

2014年9月15日，21世纪不动产中国总部2014“SMARTER BOLDER FASTER”年度精英赛在北京欢乐举行。

本次活动由21世纪不动产中国总部人力资源部主办，北京各子公司人力资源部协办，以“提高知识技能水平，倡导增强主动学习精神，强化对公司和品牌认同”为主题。大赛经历初赛笔试，严格选拔产生出40名优异的选手，分别代表集团总部、北京安信、北京凯盛和上古新锐参加本次比赛。

集团副总裁张卫平、王雷、查建根以及子公司的各位领导出席活

动。同时还特邀了每个公司的资深人士作为顾问解答比赛现场上的疑难问题。

本届知识竞赛分为个人PK赛、团队选拔赛，内容涵盖“体系概览”、“企业文化”、“21业务知识”、“房地产法规政策”体系内四模块及体系外“SMARTER”拓展知识模块，比赛过程中主持人与观众进行了积极的互动。最终，经过激烈角逐，产生了个人赛冠军、个人赛最佳智慧奖、团队冠军三个大奖。

此次精英赛，选手们凭借自己的实力敢于“秀”出自己，赛出了作为一名优秀的21世纪人所拥有的“SMARTER BOLDER FASTER”精神。这次比赛为21世纪不动产同仁了解公司的发展历程、企业文

化，坚定品牌信念，学习房地产相关知识等，提供了一个良好的平台。

获奖名单

个人冠军奖：

马晓跃（北京凯盛）

个人最佳智慧奖：

张敬（北京凯盛）

团队冠军奖：

陈太怡（集团总部）

李琳（北京安信）

孙静（北京安信）

王琦（北京凯盛）

任有为（上古新锐）

青岛区域赴中国总部参观交流

文——本刊记者

为 开拓眼界，学习经验，增强信心，2014年9月18日，21世纪不动产青岛区域分部副总经理程东率区域分部及加盟店店东、店经理及其他优秀管理人员一行35人，来到中国总部参观、学习和交流。21世纪中国不动产副总裁张卫平接待了体系同仁，并就当前行业形势及发展趋势与大家进行了交流。青岛同仁随后还参观了21世纪不动产北京安信瑞德总部，并与总经理助理方瀛进行了深入沟通。来访成员大部分是第一次来到中国总部，他们表示此行受益匪浅，收获良多。※



副总裁张卫平先生为团队赛冠军颁奖



选手答题



21 世纪中国不动产与搜房网签署战略合作协议



文——集团办公室 徐 铭

2014年10月7日，21世纪中国不动产宣布，与中国领先的房地产家居网络平台——搜房网（NYSE:SFUN）签署战略合作协议。

双方战略合作主要包括如下内容：

1、21世纪中国不动产与搜房网将在广告推广、电子商务、房源服务、互联网与房地产金融以及

一、二手房房地产经纪业务等方面，形成互惠的战略合作伙伴关系；
2、21世纪中国不动产将向搜房网定向发行公司股票，融资完成后，搜房网将持有公司20%的股权；
3、21世纪中国不动产将向搜房网发行可转换债券以支持公司的运营需要，此外搜房网还将向公司创始人提供再融资。通过此次战略合作，搜房网的出资总额约为5,100万美元。交易完成后，搜房网将成为21世纪中国不动产第二大股东。

“与搜房网签署合作协议对于21世纪中国不动产是重大一

步，利于公司未来的发展。”21世纪中国不动产董事长兼首席执行官张东纯先生表示，“我们有丰富的线下交易经验，而搜房网有完善的网络平台，通过两者的结合，我们可以向房地产的买卖客户提供真正的线上与线下结合的完美体验。搜房网现有的线上优势可以帮助促进我们的房地产特许模式的创新，为我们的经纪人提供更加良好的工具及系统，以向客户提供更加完善的服务，也有利于我们进一步扩大特许加盟网络。”





中国代表团与日本总部工作人员合影

21世纪不动产中国代表团赴日本考察

文——本刊记者

北京时间8月27日，21世纪不动产中国总部代表团一行五人在中国区高级副总裁张卫平的带领下，前往位于东京都港区的21世纪不动产日本总部考察学习。日本总部社长及各职能部门部长、加盟店股东代表共10余人与中国代表团就总部职能架构设置、授权的方法、运营支持的方式、市场及品牌管理工作、加盟商需求变化等多方面进行了积极良好的交流。

本次考察持续一周。交流期间，日本总部国际交流部的高桥先生陪同代表团参观了日本总部办公区，日本同仁整齐的着装、良好的风貌及专业的素养给中国考察团留下了深刻印象。整个办公区精致紧凑，却有两个宽敞的培训教室，日本总部对培训工作的重视也令代表团记忆犹新。

中国考察团还前往位于东京都目黑区的SMICA加盟店进行了考



中国代表团向日本总部赠送礼物

察。SMICA店是东京400家门店的TOP1得主，门店加盟C21体系已经有15年的时间。在店内，双方深入探讨了门店经纪人的招募、激励和保留、门店经营管理能力提升、门店的成本结构及薪酬体系等议题。SMICA门店销售经理大野先生已从业11年，他说：“21世纪不动产强大品牌为我们带来更多的生意机会，C21在日本民众心中代表着安心和信赖，门店依托这个平台获得了领先于同行的理念和方法，同时

C21嘉奖体系和加盟店间的交流和分享也是经纪人不断成长提升的秘诀。”

对东京加盟店的考察结束后，代表团还前往大坂的加盟店进行了交流学习。所到之处，中国代表团均受到热烈欢迎，充分体现了21世纪不动产全球体系优秀的合作共赢精神。

据了解，日本总部于1983年加盟21世纪不动产全球体系，经过30年发展已经成为了拥有849家加盟店、日本知名度最高、佣金收入排名第三的强势品牌。



日本门店荣誉奖杯

21世纪不动产 携海外合作伙伴现身京沪秋季房展



文——海外置业部 叶晓蕾

9月18日—9月21日，素有“楼市风向标”之称的北京秋季房展在北京展览馆召开。21世纪不动产中国总部携手Century 21 Beggins、加达移民、美国开发商Encore Club和Marc Rutenberg等四位海外合作伙伴亮相展会，受到投资者的广泛关注。

北京秋季房展海外展区是海外房产进驻中国市场的重要入口，近年来引起了海外21世纪不动产合作伙伴的重视。此次21世纪不动产中国总部联合参展方中，Century 21 Beggins是位于美国佛罗里达州最大的一家21世纪不动产加盟公司，成立于1992年。Encore是佛罗里达州最大的私人房地产开发商，也是美国排名前25名的房地产开发商。而Rutenberg家族从事房

地产开发已经超过60年，是佛罗里达州第一个从事房地产开发商的家族。同时，在中国从事加拿大、美国、澳大利亚等地投资移民业务20年之久的加达移民也与21世纪不动产中国总部合作，在展会现场为大家提供详细周到的一站式咨询服务。

参展期间，21世纪不动产展位

重点推介了高尔夫度假式别墅项目、高科技能源房屋等。工作人员的着装充满奥兰多“迪斯尼”风情，为客户带来众多欢乐。21世纪不动产中国海外置业部总监刘冰冰、21世纪不动产佛罗里达经纪人Ken还接受了来自CCTV—9、中国人民广播电台、楼市传媒的采访。

除了北京秋季房展，21世纪不动产中国总部还与海外合作伙伴一同参加了10月3日—10月6日举办的上海秋季房展，也取得良好反响。

近年来，国内海外置业需求旺盛，21世纪不动产中国总部依托21世纪不动产全球77个国家和地区的网络背景，通过建立长期沟通和合作机制，项目代理、联合参展等形式等加强与海外合作伙伴的业务往来。最终凭借对中国消费者房产需求的深入理解，得到业界和客户的一致认同。



21世纪不动产亮相中国特许展上海站



文——本刊记者

9月21日，为期三天的中国特许展在上海新国际博览中心落幕。作为唯一参展的房地产中介服务品牌，21世纪不动产盛装亮相，以大展位、大魄力、新形象收获了非凡人气。

本届中国特许展上，餐饮、便利、教育培训、服务等领域300多个品牌如期亮相。展会现场人群攒

动，精彩活动轮番上演。与此同时，各品牌商家也精心布置展区，以吸引投资者驻足了解。

21世纪不动产的参展分两个展区进行。坐落在E6馆的21世纪不动产展区（展位号：6061）是主展区。与周围众多的参展品牌相比，该展区显得十分抢眼。以金色、黑色等品牌标识颜色搭建的展台极具现代化风格，简约大气。另外，21世纪不动产还应邀进驻位于E7馆中国优秀特许品牌展示专区（展位

号：7151B），该展区为中国特许展特别设立，主要展示全国知名特许品牌，帮助投资者快速选择优质创业机会。

展会现场，工作人员接待了近百位来自全国各地的投资者。其中一位观众说，“21世纪不动产早有耳闻，但我们的城市目前没有，很期待这样的规范品牌能快速进入我们那，今天特意来近距离了解下。”工作人员以饱满的热情和专业度，为其做了生动介绍。

与21世纪不动产之前预测相同的是，越来越多有远见的投资者已看到二手房市场崛起的前景，其中更以二三线城市的投资者居多。在21世纪不动产展区现场，不少投资者表达了加盟意愿，希望能和21世纪不动产进一步接洽。二手房市场在经历当前市场的调整之后，必然以更成熟、规范的交易服务于客户。在此基础上，全球领先的房地产服务品牌21世纪不动产也必将赢得投资者的长期关注。

作为不动产特许经营模式在中国的开创者，21世纪不动产已多次受邀进驻中国特许展。通过此次参展，21世纪不动产为大家了解房地产服务行业打开一个窗口，也使投资者近距离体验了全球知名加盟品牌体系的风范。



历届年会获奖人物系列访谈

编者按：

年会的核心篇章——嘉奖大会一直是全体金色伙伴关注的焦点。一代代21世纪不动产的巅峰人物从这里脱颖而出，给予我们奋斗不息、超越自我的勇气和力量。追寻这些过往获奖者的足迹，去发掘支撑他们成功的精神内核，有助于我们辨别现在的路，坚定未来的方向。

在即将步入2014年最高荣誉殿堂前，内刊《特别策划》栏目组精心筹

备了面向全国历年获奖的优秀经纪人、店经理和店东的大型约访计划。

10月下半月，我们向近百名优秀经纪人、店经理和店东代表发出了约访邀请，得到了大家热烈的回应。他们或侃侃而谈，或情深意切，或慷慨陈词，从中可以找到一些相通的特质：毅力、感恩、远见、勇敢、热爱。从本期内刊开始，这些优秀人物的访谈将陆续刊登，让我们一起重温他们昨日的辉煌与感动，汲取前进的不竭动力。



成都龙凯加盟店 余俊杰

客户既是朋友也是老师



2013年百万经纪人

今年9月份，余俊杰在自己的微信朋友圈发起捐赠旧衣服给山区孩子的活动，得到了许多客户的大力支持，短短几天募集到2000余件衣物、100本新华字典和其他学习用品。客户的积极参与，绝不是活动本身的吸引那么简单，更源于他们对余俊杰的信任。

余俊杰在21世纪不动产已经工作5年，从对行业一无所知到成为百万经纪人。他为我们分享了他赢得客户信任的体验和心得。

及时响应、客户第一

余俊杰认为客户的事是最重要的事，只要这一刻能处理，他绝不拖到下一刻。对他而言，工作和生活没有什么特别的安排，甚至生活中也大多都是工作的事情。

提及自己的工作，余俊杰强调：“无论什么时候，我始终把客户的事放在第一位。哪怕是很小的事，哪怕是可能不会再接触的客户，我都会以如何方便客户作为准则。”这话听起来有点像大话，但实际工作余俊杰就是这样要求自己并践行之。

在竞争中赢得客户

每个经纪人都会遇到多家竞争对

手服务同一个客户的情况。面对竞争，余俊杰认为除了21世纪不动产的品牌优势外，要争取为客户提供更多超值服务，才能在成交中占上风。他说，21世纪不动产成都区域在这方面给了很大支持，比如装修咨询，C21健康体检卡等。就个人而言，必须让自己更加专业，和房东、客户勤沟通，熟悉了就会好办事。

了解竞争对手，也是在竞争中赢得客户信任的关键。余俊杰说，如今的房源信息已经日趋透明化。要卖的一套房子，可能做这个小区的经纪人都知道。面对这种情况，提前压房东价可能会为别人做嫁衣，给客户报价高了，可能会失去客户的信任。只有对竞争对手知己知彼，与客户熟悉到近乎朋友，才能更快成交。

坚持并积累获得更多客户

余俊杰记得很清楚，当初进公司的十几个人中，他是最后一个开单的，但

也是唯一留下来的。他说：“做这行，主要就是积累，积累的房源、客源多了，成交就会更容易。我们店里有一个经纪人，2008年地震的时候，曾6个月没有开卖单，但他坚持下来了，并积累了很多的房源，到2010年就买房了。”

以客户为师、为友

余俊杰的很多客户都成了他的朋友。这些客户的朋友亲戚有人需要买卖房屋，第一个想到的就是余俊杰。老客户的转介，成交通常也容易一些，这为他的业绩贡献不少。

除了和客户交朋友，余俊杰觉得客户也是自己的老师。他的客户很多是购置别墅的，“和这些常人眼中的成功人士相处，能看到自己和他们的差距，学习他们的为人处事，提高自己的修养。”

展望未来，余俊杰觉得无论房地产市场走势如何，房屋交易始终存在，对于这份职业他充满信心，也希望再创佳绩。※

年会专题访谈
因为坚持
所以优秀

宁波立得天一加盟店 徐信红

能打垮你的只有你自己



2011、2012、2013年全国优秀经纪人



徐信红曾自主创业多年，开过自选超市、餐馆等，进入21世纪不动产已4年有余。一直和各种客户打交道的她对经纪人这份职业有着自己独特的体会：虽然有着各种不被理解的情况，但这始终是一份散发着高尚价值和魅力的职业。

最初加入天一加盟店做经纪人时，徐信红和很多新人一样，看着资深经纪人屡屡成交，自己却一个月没开单，灰心又着急。四年过去，身经百战的她已经能应付各种情况。

耐心和理性：化解客户烦恼和困惑

去年10月，徐信红跟了3个月的一个客户，终于看中了一套房。可就在



签字前，客户接到一个电话，说要再考虑考虑，这导致客户与房东的交涉很不愉快，交易也暂时中断了。

之后的两个月里，徐信红并没有放弃这个交易。一方面，她继续带客户看房，从地理位置、套型、周边配套、交通等给客户作细致的分析，并将最近看过的几套房，与这套差点成交的房子不停地衡量、比较，甚至还为客户引入一些风水方面的介绍。另一方面，她还为房东分析房地产市场的趋势，讲解国家出台的政策。

在徐信红的努力下，这笔早先破裂的交易终于达成了，前后历时半年之久。徐信红说，“做房地产经纪服务，虽然有时也会有情绪，但当客户不理性的时候，我们自己一定要理性地理清思路，要耐心再耐心，尽量去化解客户的烦恼和困惑。”

坚持就会有回报

徐信红还遇到另外一个“挑剔”的客户。每天只有下午1点到3点能看

房，看过的房不计其数。这位客户好不容易看上了一套，可就在最后成交的关头，因为房东一句不中肯的话，扭头就走了，双方闹得很不开心。

徐信红虽极力在两人中间打圆场，却效果甚微，那段时间她心情低落至极点。“有时候你再努力，但似乎成功总跟你有那么一点点距离，似乎像一道跨不过去的鸿沟一样。尽管如此，我还是不断地给自己打气，因为做销售坚持很重要，只要踏实、努力和自信地工作，我相信工作一定会回报我的。有些时候打垮你的不是外面的困难，而是你自己。”相信她的郁闷和不开心，所有的经纪人都会遇到，但差别在于，谁能在打击中坚持下来。

徐信红说，她喜欢经纪人这个职业。虽然有些客户恶意跳单，有些人不理解经纪人的工作价值，但她还是从诸多客户的认可中，收获了满满的成就感。作为经纪人，她觉得压力和挑战无处不在，我们需要做的就是任何时刻迎难而上，“能打垮你的只有你自己”。※



成都瑞腾加盟店店主 廖勇

从语文教师到冠军店主的华丽转身



2013年冠军加盟店（佣金）

成都瑞腾加盟店于2012年创建，2013年全国冠军加盟店（佣金）、全国冠军经纪人（佣金）、全国优秀店长三项殊荣都被它收入囊中。是什么让它的成长速度如此惊人？这或许要从一个雄心勃勃的计划说起。

2007年，在四川某县城教初中语文的教师廖勇，告别了长达10年的讲台，成为一名经纪人。

2年后，廖勇从经纪人晋升为管理者。2012年，成为21世纪不动产成都瑞腾加盟店店主。迄今为止，瑞腾已拥有3家门店。

说到成绩，廖勇认为，品牌力量、员工努力、持续招募培训等至关重要，同时瑞腾的文化和理念也功不可没。

瑞腾的愿景是“与天下人共创富足、快乐的精彩人生”。在廖勇的心目中，挣到钱、又快乐是经纪人的愿望，也理所当然成为瑞腾上下的追求。为此，廖勇做了两件事。

创业计划：让员工有机会成为“中国合伙人”

从第一家店开始，瑞腾的发展一直贯穿着“分享”的理念。廖勇认为，以创业模式来打造一支团结奋进的股东团队，是瑞腾加盟店取得成绩的核心力量。

在创业计划上，针对管理者，任职满一年，带领的团队在管理者评比处中上等水平，就可以申请和公司一起开新

店，成为“合伙人”股东。同时，廖勇还根据年份限定了投资比例，确保员工利益。针对普通员工，业绩达到一定排名，公司会在第一年给出股份奖励，以后可自主选择增加持股数。

“这就像一个巨大的财富蛋糕，我们希望能用这种方式将优秀的管理者和员工用入股和创业的模式留下来，让大家为一个共同的理想而努力”。廖勇说。而这种事业合伙人的理念和行动，在房地产经纪行业并不多见。

打造专业、快乐的团队

廖勇非常重视员工的素养。瑞腾人熟知的“瑞腾高素养六项公约”，包含了“见面主动微笑问好”、“职场要说普通话”等行为规范。廖勇说：“像这样平常的小细节，我们觉得非常重要。如果人人都报以微笑，首先这个团队就是快乐的。”

此外，瑞腾的核心价值观“坦荡诚信、说到做到”要求员工养成职业化的操守。坦荡是指做事情坦坦荡荡，廖勇鼓励每一个员工有问题都可以提出来。诚信则要求对客户要诚信，用心服务。

“说到做到”首先是管理层对员工说到

的要做到。

瑞腾店的兴趣小组也为员工们津津乐道。员工可以自由加入篮球队、足球队、瑜伽、网球等小组，每个季度还可以参加公司组织的比赛活动。廖勇还自己带头，参加了篮球队，“虽然打得不好，但参与是最重要的，你参与了就会感染员工去参与”。他还说，“做这些费时间又费成本，但我们想的，这支团队不仅要挣钱，更希望收获快乐”。

正是瑞腾的创业计划和快乐文化，指引着瑞腾的发展。它们也让我们看到了店主廖勇“与天下人共创财富”的胸怀与理想。※





年会专题访谈
因为坚持
所以优秀

青岛中天人和加盟店店东 张煜

带着感恩的心执著前行



2009年优秀加盟店奖（边数）、2010年优秀加盟店奖（边数）、
2011年优秀加盟店奖（边数）、2012年优秀加盟店奖（佣金）、
2013年优秀加盟店奖（边数）

打江山易，守江山难”，立足青岛开发区的中天人和加盟店连续5年进入了体系全国优秀加盟店的名录，它是如何“守”的？回望十年创建路，中天人和并非一帆风顺，但却一直不缺乏坚持与信念。

张煜，土生土长的上海人，2004年之前一直在上海做一手房，奔波于各项目现场的他，看中了二手房能稳定扎根社区的优势，便转到中介行业。选择来青岛开发区，除了因为妻子是青岛人外，还因为他相信政府的

新规划会使该区域当时稍显落后的房地产市场逐步繁荣起来。

2004年7月，张煜的第一家门店——21世纪不动产青岛中天人和加盟店（下文简称“中天人和”）成立。如今，已发展至7家，拥有120多名员工，

集中在开发区沿海高端商圈，门店业绩每年递增。尽管今年遭遇房地产市场的新一轮低潮，中天人和仍然保持着健康良好的发展态势。回顾10年的发展历程，张煜为我们解读了让中天人和“基业常青”的关键因素。

大单小单，都认真去做

与一些门店挑肥拣瘦相比，中天人和不管大单小单都会去做，不拒绝任何租赁单。正因为不放弃与任何一个客户接触并建立印象的机会，中天人和拥有了极高口碑和知名度，也有了今天的长远发展。

张煜还在此基础上总结出一套有效应对市场危机的策略，“市场低潮时做租赁，市场红火时做买卖”，这成为让门店在低谷中能平稳度过的一大法宝。经历过2008年和2014年楼市低潮的经纪人，应该特别能体会他这一做法的可贵。

市场没有好与不好，多关注自身

在外界环境不好的时候，张煜会选择“反求诸己”，而非消极埋怨。2006年，政府对房地产调控力度加大，低迷的市场成交量让中介门店人员纷纷流失，甚至关门，中天人和已经开的3家店也被迫关掉1家。在困境中，张煜告诉自己当初选择21世纪不动产，是相信这个品牌。同时，房地产行业是国家经济的支柱产业，市场一定能复苏。于是带领员工学习、积累、突破，通过修炼自身来度过难关。“在市场低迷的时候，心态很重要，要多关注自身，多看看自己是不是能与时俱进，寻找突破口，危机中一样有生机。”张煜相信，市场没有好与不好，“如果有消极的心态很难成功，市场最好的时候也会有店铺关门”。

面对竞争对手，张煜认为，竞争对手让团队和经纪人有紧迫感，行动力大大加强。事实上，周边每开一家

新的其他品牌门店，张煜所在门店的业绩反而是增长的。

带着感恩的心，共赢互信

今年，张煜选择与21世纪不动产第三次续约。他曾在很多场合说过，会坚持和21世纪不动产携手走下去。不仅因为这个品牌还有许多广阔的空间，也因为21世纪不动产对他的个人成长有很大帮助。张煜认为，一个人应怀着感恩的心态，不能因为做得好或不好就选择离开，违背当初“诚实、互信、共赢”的理念。“这也是对团队的承诺，许多员工当时就是冲着21世纪不动产品牌而来，他们和我一样相信这个品牌”。

这种感恩也体现在员工管理上。

张煜一直推崇人性化管理，即使企业身处困境，对员工的扶持也不会放弃。“我们的很多员工会坚持和企业一起同舟共济，共度难关”。其中一些任职已超过10年。“和公司同甘共苦的员工是宝贵的财富”。为了奖励

他们的辛苦付出，张煜还在今年送了一批老员工去台湾等地考察。

我们只是刚起步 不用太着急

10年间，张煜目睹行业起伏、变化，但他坚持做二手房买卖租赁。“我们执着做这一件事情，也重复只做一件事”。不仅如此，他认为自己的10年也只是刚起步。“在台湾很多门店做了15年、20年，都还是非常谦卑和低调，我们未来的路还很长，空间还很大。”

总结10年发展，张煜认为这符合他经营公司的理念——遵循一种持续、稳定、循序渐进的发展模式，坚持先做精，再做强、做大的企业发展思路。

未来，张煜仍选择“稳中求进”，他计划明年将加盟店规模扩展到10家。“市场发展空间很大，不用太着急。我们相信加盟店走得稳一点，不断提升专业度和服务意识，会走得更远。”※





宁波立得兴裕加盟店 黄梅花

“接地气”的店长



2012年优秀加盟店（佣金）奖
2013年全国优秀店长

自2008年12月担任21世纪不动产宁波立得兴裕加盟店经理至今，黄梅花带领该店从只有一名员工发展成全国优秀加盟店，她本人也荣获2013年全国优秀店长。走近黄梅花，能感觉到这是一位很“接地气”的店长，她对店长工作有着自己独特的见解。

31岁的湖南人黄梅花做过销售、检验、仓库保管。2007年，她看到21世纪不动产宁波区域的招聘广告，便去应聘，这一干就是8年。今年8月份，黄梅花和老公带着孩子去菲律宾玩了一圈。她说她最近的梦想是每年至少出国一次。

黄梅花觉得，一个店的业绩跟商圈、店面和人都有很大关系，而人是最重要的。

积极心态感染员工

黄梅花说：“多关心员工实际业务工作中碰到的困难，说一句赞美的话比说十句打击的话要强，做一件帮助他的事比说一百句好听的话要强。在留住员工的基础上，加强他们专业、诚信、服务意识的培训，成交就更容易。”

这种正能量的传播，在黄梅花店面管理的多处细节上都有体现。比如她会把历年来的奖杯、荣誉证书、奖状都放在客户容易看到的地方，“这样会让员工在客户面前充满自信”。当员工每成交一套房子，她会在店内的微信群里发祝贺信息，“既让签约的员工觉得很有面子，又可以刺激没签约的员工迎头追赶。”

她还会定期组织员工聚餐或集体活动，在娱乐的过程当中，增进彼此

的感情，化解平常的矛盾。顺便给业绩不理想的员工做私下沟通，一起找问题所在等等。

在业绩最差的时候，黄梅花也没有忘记为员工打气。2010年4月宁波限购出台后，生意特别难做，兴裕店的经纪人一度只剩下3个。黄梅花告诉他们，再差的市场都会有人买房，就看自己努力不努力。就这样，靠着几个员工的支持和信任，重新“招兵买马”，把店做了起来。

以身作则带动员工

没有特殊情况，黄梅花每天都是最早到店、最后离店的。在这期间她会看员工的桌面是否需要整理，并顺手整理干净。进入办公室的第一件事，查看备忘录上当天和第二天要办手续单子的注意事项，一一提醒员工不要忘记。随后及时回复或处理总公司各部门在办公系统的留言及流程。黄梅花还把平常签约要用的表单分类整齐地摆放在洽谈区，并随时关注表单的使用情况以便及时补充，尽最大努力给员工签约提供方便。

“总的来说，店长要想在员工心目中树立威信，不是每天坐在办公室里指手划脚，而是要在平常的工作中以身作则，跟员工说话言而有信”。

“分门别类”对待员工

对于不同的员工，黄梅花会用不同的管理方法。在她的心目中，特别出色的员工“心理素质好，业绩稳定，性格开朗也很合群。对待客户服务意识强，从不发火，业务操作上非常独立，新的政策说过一次就不会忘”。

而所谓的差员工，则有三种。第一种业绩差、表现差，这类人得过且过。第二种业绩好、表现差，喜欢传播负能量。第三种则是业绩差，表现好，这类人老实，不争不抢，对同事有求必应。黄梅花认为，第一种人需要清除出队伍，不需帮助；第二种人要讲究方法，私下多沟通，当众多表扬，多让他听感恩的课程；第三种人就要多给时间，多给他机会讲与客户发生的事，锻炼胆量和口头表达能力，同时肯定他平时的表现，业绩慢慢就会升上来。

黄梅花说，没有兴裕店所有“家人”的支持，就没有她的今天。如今，尽管有着6年管理经验，她依然能感觉到管理一支销售团队的挑战和压力。不过，这个来自湖南的“辣妹子”一点不退缩：“我喜欢有挑战的工作，更喜欢那种通过自己努力，挑战成功后的成就感。有目标才会有压力，没有压力就没有动力，关键看自己的心态！”※

探秘 2014 中国年会主持人

文——本刊记者

经过严格筛选、考核，21世纪中国不动产2014年会嘉奖大会主持人已顺利敲定。
本刊记者前往探营，让同仁们先睹为快。



女主持人
樊晓珺

认识她一下：

2006年进入中国总部市场部，从全国各区域市场部的对接和指导，到媒体投放、全国品牌建设以及体系大型活动策划，她样样在行。

她与年会的那些事儿

她曾全面负责2007年到2010年间的年会组织工作。令她印象最深的是2010年公司十周年庆典暨水立方年会，“那就像是C21的春晚，

我们几个月无数次地奔波在公司和水立方的现场，和公关公司、导演组、票务公司、视频公司等等无数次的创意沟通和实施探讨，还有和公司内部各个部门的协调合作，最终顺利完成了整个活动”。

她现在在做些什么？

21世纪不动产体系的首部微电影将在厦门年会上首发，此工作由她和专业创作团队负责。

关于她的看点：从幕后到台前，她能否收放自如？

他来自哪里

2009年加入21世纪不动产北京安信瑞德公司任分行经理。2014年晋升为北京安信瑞德中央别墅区的高级经理，其负责的区域业绩在安信瑞德始终名列前茅。

他做过很多次主持人

曾在公司的各大活动现场担当主持人，无论是2012年北京安信年会，2013年第三、四季度年全员大

会；还是2014第一季度全员大会，都留下了他舞台上的风采。

他不熄的梦想

和很多应届毕业生一样，他经历过拿着一份简历和北京地图行走在各种面试路途的漂泊，也体验过只要不开灯就永远都看不见光亮的“地下二层公寓”，但无论身处何地，他心中的梦想从未熄灭。



男主持人
盛家林

关于他的看点：从北京到全国，他能否始终征服？

微电影

Micro film



镜头背后的操刀手，主要喊：“开机！CUT！”



小编带你片场探班 C21微电影剧透抢先看



这位难道就是传说中的男主角？
“嘿嘿，我穿上金色制服可是相当帅气的呢！”



这这这……是神马情况？



这大黑天凄冷的街，他们到底在演什么呢？



在即将到来的厦门年会上，21世纪不动产首部微电影将重磅出场，带领大家走进一个普通经纪人的生活轨迹。平凡的生活总闪着不平凡的光芒，因为我们每个人都在人生的道路上追逐成长，挑战自我。这是一部讲述经纪人故事的影片，也是每个人实现自我价值的励志榜样。

11月3日，北京已是明显的秋

意，道路两旁的树木挂着金色的叶片，在阳光下熠熠生辉，21世纪不动产微电影正式开拍。在社区、在门店、在公寓里，导演，制片，监制等10余人的拍摄团队紧张忙碌着。现在让大家跟随小编，透过镜头，看看这里都正在发生着什么？

经过近一周的时间，导演团队结束了整部电影的拍摄工作，小编

走进片场，感受到的是充满活力和热情的氛围，“金色伙伴”们敬业和认真的态度也给小编留下了深刻印象，有时一个眼神，一个发声需不停演练，一个镜头要反复多次，只为12月16日在厦门年会现场，让这部微电影，能够字正腔圆地讲述我们自己的故事。

大片！敬请期待！※



阳光照耀下的山景，要不要这么美……

这么大的家伙！好好干，电影的质感就靠你了！



更多微电影精彩剧照和活动，快扫二维码瞅瞅！

东国贸 西国投

GTFC Plaza,
The new commanding height
over the economy

西二环 / 国家枢纽 / 世界商务体

- 国贸物业管理
- 现房招租
- 双轨道地铁交通
- 60-1280平米自由分割

招租热线

15340064872

The optimal location Beijing
The national business hub
The international commercial complex



美国总部考察成都区域

走近21世纪不动产成都区域

文——成都区域供稿

21世纪不动产成都区域于2003年5月28日与中国总部签约，成为21世纪不动产中国第13个区域分部。

11年来，成都区域肩负“国际品牌，服务本土”的辉煌梦想，秉承“真诚服务，始终如一”的服务理念，为消费者提供专业、高效、国际化、多元化的服务。如今，金色团队已完全获得这座城市的认可和信赖。21世纪不动产成都区域将

CENTURY 21在全球最先进、成功的房地产中介经营理念、经营管理模式带入当地的房地产中介市场，支持帮助成都房地产中介机构依托21世纪不动产体系抢占市场份额，获取最佳的经济效益。同时，21世纪不动产成都区域始终保持和房地产主管机构紧密合作，为其提供存量房领域专业技术支撑。

21世纪不动产成都区域是21世纪不动产中国总部直营区域之一，其主要加盟运营管理机构——特许运营中心，是中国大陆CENTURY 21二级区域运营最优秀的管理机构之一。曾

荣获“全国最佳区域”、“特许经营全国100强”殊荣。截至2014年8月，已经签约100余家加盟店，拥有1500余名经纪人，为消费者提供房地产租赁和买卖、金融按揭贷款、合作营销、涉外高端租赁和新盘代理等房地产综合服务。21世纪不动产成都区域还是成都市房地产协会会员、成都市房地产经济协会理事单位和顾问、西南美国商会会员。在体系内部，成都区域连续荣获“全国优秀区域”，成都区域经纪人连续五年荣获个人佣金全国冠军，并且多人荣获“百万经纪人”殊荣。

目前，成都区域有5个职能部门，3个业务部门，员工60多人。其中特许运营中心负责加盟店的运营管理工作，运营加盟店60余家，经纪人900多人；合作营销中心负责住宅与商业新盘项目的分销工作，每次成都房交会分销量均独占鳌头；异地安家部门负责外国人在成都的安家服务。

21世纪不动产成都区域扎根成都，辐射西南，第二个10年必将再创辉煌。



21世纪不动产 成都区域 大事记

■ 2003年

05月28日 与中国总部签约，成为21世纪不动产中国区第13个区域分部
08月10日 分部成员在北京参加初始化培训
09月26日 参加成都房交会二手房电视论坛，为21世纪不动产品牌首次参加成都房交会
11月12日 正式开业

■ 2004年

02月10日 首批加盟店联合现场招募
02月26日 举行首届21PLUS培训
03月15日 举行3.15金色承诺发布会及现场宣传
04月09日 奠基加盟店集中开业及战略联盟签约
05月26日 参加成都市首届二手房诚信联盟高峰论坛，获得“十强品牌企业”称号

■ 2005年

07月14日 参加21世纪不动产全国运营会议

■ 2006年

10月31日 首位员工获得全国优秀经纪人奖

■ 2007年

10月10日 Realogy公司高层考察21世纪不动产成都区域，受到省市领导亲切接见

■ 2008年

10月24日 首次开展公益活动“重温千年入蜀路 金色爱心一路行”，对地震灾区贫困儿童开展献爱心活动

■ 2009年

02月 荣获成都市房产管理局评选的年度行业大奖“金鼎奖”

■ 2010年

01月 荣获成都市房产管理局评选的“成都市优秀房地产经纪机构”荣誉及年度行业大奖“金鼎奖”

■ 2011年

02月 荣获成都市房地产经纪协会评选的“房地产经纪行业优秀居间机构”称号
03月 开展“根植社区 专注为您”社区服务活动

■ 2012年

01月 荣获成都市房地产经纪协会评选的“房地产经纪行业优秀居间机构”称号
03月 开展“低碳生活，从我做起”活动
12月 协助21世纪不动产中国总部举行全国年会，获得“全国最佳区域”奖

■ 2013年

02月 荣获成都市房地产经纪协会评选的“房地产经纪行业优秀居间机构”称号
03月18日 举行金色承诺发布会，全面启动“金色标准”，为客户提供完美的差异化服务体验
07月-11月 开展“金色标准 Ipad MINI月月送”活动
10月 开展“关爱雅安芦山 情暖再去学校”公益活动



成都，来了就不想走的城市

文——成都区域供稿

成都，简称“蓉”，别称“锦官城”，四川省省会，西南区域中心城市，1993年被国务院确定为西南地区科技、商贸、金融中心和交通、通信枢纽，是中西部地区设立外国领事馆最多、开通国际航线最多的城市，也是实施72

小时过境免签政策的“第四城”。

它位于中国华西部地区东部，西南地区最大平原——成都平原腹地，境内地势平坦、河网纵横、物产丰富、水系发达，自古就有“天府之国”的美誉，是国家首批历史文化名城和中国最佳旅游城市，2010年被联合国授予“世界美食之都”称号。

著名导演张艺谋曾说过：“成

都，是一个让人呆下来就不想走的城市。”

成都，一座悠闲洒脱的城市，鲜花点缀的古都。这里是休闲者的天堂，这里是美女的产地，这里也是美食的故乡，这里的茶楼鳞次栉比，这里的川剧古老神秘，这里的人们热情奔放……这里，让无数奔波于生活前线的人心生向往，这里让匆匆离去的人久久难忘……

成都美食



成都冒菜

将各种素菜荤菜，盛在用竹编的“帽子”里，放一锅辣的老汤里煮，煮熟后撒上佐料即可开吃。



夫妻肺片

以牛头皮、牛心、牛舌、牛肚、牛肉为料，并不用肺。片大而薄，麻辣鲜香，细嫩化渣。



钟水饺

全用猪肉馅，不加其它蔬菜，上桌时淋上特制的红油，微甜带咸，兼有辛辣，风味独特。



陈麻婆豆腐

清朝陈春富之妻陈氏所烹豆腐色泽红亮，有好事者观其脸生麻痕，便戏之为“陈麻婆豆腐”。



钵钵鸡

以陶器钵盛放配以麻辣佐料，加上调制的去骨鸡片拌和而成。皮脆肉嫩，麻辣鲜香，甜咸适中。



龙抄手

皮薄馅嫩，爽滑鲜香，汤浓色白。“龙”有“龙腾虎跃”、生意兴隆之意。



老妈兔头

起源于四川省成都市双流县。兔头口感辣而不燥，鲜而不腥，色香味形俱佳。



成都火锅

与重庆火锅不同，成都火锅讲究“麻辣鲜香”，味道更细腻、讲究，层次感更强。

成都景色

贴士

成都市内的景点相对较为集中，以天府广场为中心四面发散，市区一环内集中了武侯祠、锦里、宽窄巷子、人民公园、青羊宫、永陵、文殊坊等知名景点。二环有杜甫草堂、浣花溪公园、望江楼公园等景点，金沙遗址、成都动物园、昭觉寺、欢乐谷等则在三环附近。



青城山

享有“青城天下幽”的美誉。是中国道教发祥地之一，全国道教十大洞天的第五洞天。



大熊猫繁育基地

距成都市区10公里，大熊猫、小熊猫等珍稀濒危动物在这生息繁衍。



杜甫草堂

唐代诗人杜甫流寓成都时的故居。杜甫先后在此居住近四年，创作诗歌240余首。



天府广场

成都市中心，购物、娱乐、美食、美景云集的中心，被称为成都的“脐孔”。



都江堰

全世界迄今为止，年代最久、唯一留存、以无坝引水为特征的宏大水利工程。



西岭雪山

世界自然遗产，大熊猫栖息地，有终年积雪的雪山，海拔5353米，为成都第一峰。



武侯祠

最负盛名的诸葛亮、刘备及蜀汉英雄纪念地，也是全国影响最大的三国遗迹博物馆。

到成都必做的几件事情

- 1、去茶馆品闲适
- 2、吃“三流”火锅
- 3、买蜀锦带走
- 4、成都街头瞅美女
- 5、看国宝大熊猫
- 6、赏川剧变脸吐火

拼搏才能成功 坚守方见彩虹

——访 21 世纪不动产成都区域好易居加盟店 冯立娟

文——成都区域供稿

“长期两点一线的我们，如果只顾着自己，最终会被无情淘汰。”

Q 在体系这么多年，您的敬业精神几乎人人皆知，可否分享一下当初您是怎样进入21世纪不动产的吗？

A 一个偶然的机遇把我带到了21世纪不动产成都区域这样一个大家庭。起初，对自己是很没有信心的，因为在自己的脑海里对销售这个行业是排斥的，甚至认为一个性格内敛的人根本做不好这份工作。进来以后一张白纸的我，开始接受着公司为期3天的新人训，然后虚心地向老员工学习，在大家的帮助下一步一步取得了一些业绩。当我依靠自己的努力为业主和客户促成交易时，心中涌起的快乐和欣慰真是无法形容。自己付出的一份份辛苦，帮一位又一位客户买到中意的房子，看到他们由衷的笑容，我就会感叹，经纪人的服务给这么多的朋友带来快乐和幸福，自己也是快乐的。

Q 工作中您最看重的是什么呢？

A 工作中要乐于助人，其实我们伸出手的同时，自己也会得到意想不到的帮助及快乐。长期两点一线的我们，如果只顾着自己，最终会被无情淘汰。

“客户的不满情绪越高，证明客户对该房屋的关注度就越高，购买的可能性就越大，多听少说，先了解客户的真实需求。”

Q 您也是从优秀经纪人成长起来的，能分享一下您的经验吗？

A 首先是要了解我们工作的本质，是要把房屋推销给客户。如果想成功完成一笔售单，话术、技巧挺多，总的来说可以归结为以下5点：

1. 了解客户的真实需求。很多刚入行的经纪人，一见客户就把房屋说得万般好，但就是不知道客户的真实需求是什么。建议要多听听客户的需求，特别是他对房屋有微词的时候。我的经验表明，客户的不满情绪越高，证明客户对该房屋的关注度就越高，购买的可能性就越大，多听少



说，先了解客户的真实需求。

2. 与客户的立场保持一致。站在客户的角度换位思考，这样可以降低客户的戒备心理，让客户感觉你是“自己人”，这样客户更容易信任你所推荐的房屋。

3. 了解客户的焦虑。客户有顾虑是正常的，毕竟买房是件大事，我们要把握抗拒点的关键所在，通过和客户有效沟通，才能对症下药。

4. 化解客户顾虑。这是成功售卖的关键。本着先难后易的原则进行，满足客户的需求，客户才会建立起购买的意愿和信心。

5. 不给客户开放式问题，多问封闭式问题，简便快速。

“自信！对自己、对同事、对团队有信心，对推广的房源要有信心。客户的记忆都是奇好的，对客户的承诺一定要做到。”

Q 您是什么时候开始从经纪人转做管理的，当时的想法是什么？

A 工作中一直不善于表现的自己，做了两年的经纪人，业绩还算可以。我转做管理路线的时候，公司上下包括我自

己都不看好。我根本没想过，一个不善于表现的人可以管理团队。几乎是在大家都不认可的情况下，我选择以律人先律己的管理方式，在一个仅仅过万的门店里领着大家一步一步前行，带着大家成长，让大家逐渐看到了希望。

Q 你对团队成员的要求有哪些呢？

A 1. 自信，对自己，对同事，对团队有信心，对推广的房源要有信心。

2. 勤快，比别人勤奋，勤能补拙，做事要快，做事快成交才快。

3. 专业，包括对房产的熟悉度，对客户所提问题的理解力，并向客户提供满意的服务。

4. 守信，客户的记忆都是奇好的，对客户的承诺一定要做到。

5. 耐心，大部分客户都要比较后能下定，我们需要一段时间耐心为客户提供高品质服务，如果客户满意你所提供的服务，就会向你推荐更多的客户。

“从业时间越久越坚定我的信念——我们是朝阳下的房地产经纪人的信任、期许和对未来的希望。”

Q 您或者您的团队面临困难时怎么办？

A 进入这个行业以来，从业之路从来就不平坦，但是我坚信，这是值得我投入毕生精力的事业，所以有再大的困难我都要坚持下来，从业时间越久越坚定我的信念——我们是朝阳下的房地产经纪人的信任、期许和对未来的希望。态度决定一切，我们相信“风雨过后必见彩虹”，保持一个良好的心态，是我们最终取得成功的关键。调整好心态，外在表现为精神风貌，内在体现为高昂的斗志和对工作的全心投入。按照预定目标坚持不懈地努力，就一定能战胜所有困难。

Q 对大家说一点寄语吧。

A 时间一晃已经5年了，真的很感谢21世纪不动产成都区域让我有了这样一个机会可以自己带团队。回想起来，如果自己当初轻言放弃，如果一路过来没有同事及领导的支持，今天可能还在迷茫。在21世纪不动产的成长中，我学会了：选择了路，就不要后悔！

编者按：

在上期“前沿交流”《如何维护老客户并获得信任》专题内容中，我们聆听了几位伙伴在老客户服务工作中总结的宝贵经验。伴随此期对这一话题的继续讨论，这些宝典的分享也走向尾声。然而，我们对“创造完美客户体验”的承诺践行将会一直持续下去。欢迎伙伴们继续提供精彩话题，在观点碰撞中找到成功的方法。

维护老客户并获得信任

维护客户注重“内外兼修”

文——郑州区域 程广州

“对外有效地服务客户，对内高标准要求自己，才能达到我们的目的——让客户信任我们、选择我们！”

一个资深经纪人的主要业绩，是靠客户维护带来源源不断的资源。良好的跟踪服务，将有助于建立起强大的客户网络，获得更多的推荐业务，日积月累，业绩才会出现质的飞跃。如果我们只是肤浅的应付，甚至不跟踪，客户资源就会流失，业绩当然也就停滞不前。高品质的售后服务，可以为经纪人培养“终身顾客”，进一步创造“终身价值”。以下是笔者几点粗浅的认识：

首先，整理客户的所有相关资料——电话、住址、工作、收入、家庭情况、客户以及家庭成员的生日、爱好等（越详尽越好），深层了解客户的需求，并保持与客户的经常沟通，因为客户的需求是会变化的。

其次，对客户进行分类，特别注意三种有效客源：

实在客户也就是A类客户，有明确购买欲望，而且已有清晰的地点、户型、价格倾向。这类客户要

用70%的时间追踪服务，经纪人对其匹配的房源一定要到位、准确。对其满意的房屋要加紧跟进，争取以最快时间签约。

潜在客户即B类客户，也有明确购买欲望，但选择的方向不明确。可用20%的时间追踪服务，要善于引导客户，在沟通过程中掌握客户的具体购房意向。可先试探性推荐几套有可比性的房源，供其挑选。当经纪人清楚了客户的准确需求时，再筛选出符合客户意愿的房子，促其早下决心购买。

没有明显购买欲望，而且选择方向也不明确的为C类客户。这类客户可用10%的时间做追踪服务。由于市场上适合C类客户的房子不多，可以少带看，多联系，让客户们觉得这样需求的房子很难找，但通过较长时间的接触后，当发现有大致符合其要求的房子出现时，立即与客户联系，增进其购买的意愿。

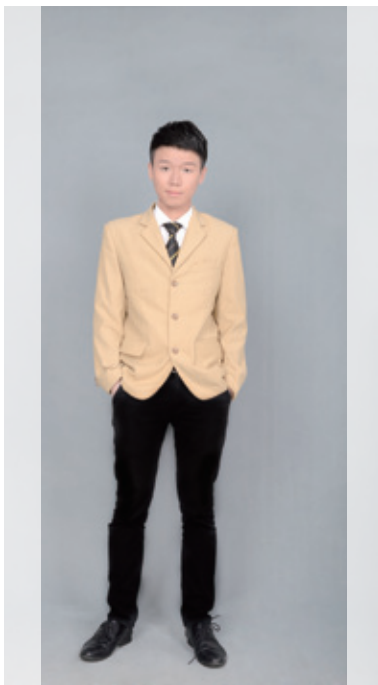


但是，仅仅做客户需求的功课是不够的，还需要对自己下功夫。也就是内外兼修也，以更高的素养、更专业的水平，赢得客户更大的信赖。

基础——外在仪容要整洁，谈吐要优雅，销售工具如鞋套、带看确认单，尺子、手电筒等时刻准备好。客户对经纪人的第一印象，往往都是在细节中形成，而我们几乎没有第二次机会改变客户产生的第一印象。有一位成交的客户对我说过，原话是这样的：“我买房的时候联系很多过中介公司，他们给我的感觉就像游击队，而你们就像正规军，有规模有纪律有素质，我感觉你们很专业。”

内在——具有丰富的房产方面的相关知识：业务知识、金融知识、权证知识、法律知识。手机上面要存储权证人员、房管局咨询人员的电话，以便不懂的时候可以随时请教。

对外有效地服务客户，对内高标准要求自己，才能达到我们的目的——让客户信任我们、选择我们，在他或者他身边的朋友有房产方面的需求时，第一个想到的就是21世纪不动产。



维护老客户并获得信任

维护老客户三步走

文——成都区域 李 俊

“把客户当成你的家人，哪怕你中介费收的再高，你家里人还是会找你，因为他们认可你，你是他们的家人。”

销售大师杰克·韦尔奇说过：“公司无法提供生活保障，只有客户才行。”

企业的忠实老客户越多，就越能降低企业成本。据《哈佛商业评论》统计，开发一个新客户的成本等于维护老客户的5倍，而且人们都有从众心理，一个企业客户越多，就越会吸引更多新的客户，带来规模效应。最重要的是，在公司、个人和客户之间还会形成良性循环，即“当员工让老客户满意时，其能体会到自我价值，而员工的满意度，又会提升企业的服务质量，从而再次吸引更多客户，提升客户满意度”。

既然维护老客户如此重要，接下来的问题就是怎样去获得老客户的信任。

众所周知，房地产业是服务业。房地产经纪服务本质来说是没有产品的，房子都是房东或者开发商的，客户是一群自由个体，都不属于我们私有。但认真想一想，我们难道真的没有东西销售吗？事实是，服务就是我们最好的产品。只有做好了服务，才能赢得客户，也才能维护好老客户。有没有什么服务准则来指导我们

维护老客户呢？笔者在实践中摸索出了以下三点。

第一步：让客户认可你

认可的首要条件就是记住你，而记住你的一个重要表现，就是客户的手机通讯录里有你的电话，上面标注了21世纪的某某。因为人的一生要有十个职业朋友，其中之一就是房地产置业顾问，所以你能否在他的常用手机里留名就决定了你的成败。记住你以后，通过你的自我营销，包括形象、声音、语气、说辞、电话约谈等等，才能完成第一步：认可你。

第二步： 把客户当成你的家人

这一步，乍一听可能让人觉得有些空洞，但它确实很重要，这是你能够让老客户一直跟着你至关重要的一点。

试想一下，如果是我们的家人买房，你会不会给他们找一个价格最便宜，区位最适合，产权没问题，性价比非常高的房子？另一方面，哪怕你中介费收得再高，你家里人还是会找你，因

为他们认可你，你是他们的家人。

换位思考，我们不能总是想，给客户提供了什么，而是要明白客户究竟要什么。我们做的就是让自己的服务加上匹配的房源大于客户的期望值，那样就成功了。

第三步：做好基础工作

这是重要却容易被忽视的一步。维护得好的老客户，会转介绍或者再次消费。在这个过程当中，我们掌握的房源，房屋的详细情况，客户的准确需求，平时的带看、磋商等基础工作是否都做到位了？更简单的，我们维护的常规过程“短信——电话——拜访——活动”这几步中是否做到位？这些都是基础，就像地基一样，打得好，楼才建得高而稳。

作为一名21世纪不动产的置业顾问，有强大的全球品牌作后盾，每个人都代表着21世纪不动产的精气神。我们既要勇于开拓新的客户源，又要维护好老客户，只有这样，才能和公司企业的发展方向一致，同步实现人生价值。

维护老客户并获得信任

真诚和用心是最好的王牌

文——郑州区域 林 瑜

“客户成为我们的朋友，我们就成功一次；客户的朋友成为我们的朋友，那我们就成功一生。”



每位经纪人都有相同的体验，带10个新客户去看房子，可能没有一单成交。客户里面有试探性看房的，有可能3个月才考虑的，有不是决策人的，但每个客户都必须用心接待。

我的第一单客户是2013年9月1日成交的赵哥。赵哥是店面接待的，随行的还有他的母亲。赵哥想要郑州亚太明珠小区的小两房或者三房，可当时店里没有要看的99平方米两房的钥匙，我便提议带他去一个同户型的房子看看，赵哥同意了。

看的第一套房子，他们觉得装修不合适。我想起同事提到的另外一套房子，但业主那时还在住，于是便让赵哥和他母亲在楼下等着，我先去敲门，到了楼上，却发现业主不在家。为了不让赵哥他们白跑一趟，我又飞快地连续跑了几层楼梯，确认一家正在装修的房子可以看，最终带着他们顺利地看了这个户型。那个时候后背已经被汗水打湿，赵哥看见了便问：“你是不是跑了好几层才找到的房子？”，我不好意思地笑了：“怕你们等，跑的有点快！”

赵哥的需求非常明确而且强烈，

他就要这个户型，如果首付在40万内就可以定。

我回去以后，就开始电话回访了这个户型所有的业主。第一天打了第一栋楼的电话，毫无所获，第二天继续打第二栋，合适的房子就在这时出现了。我私下告诉赵哥，这个房子是这个小区里最优质的。因为我已经洗遍了整个小区，尽最大的努力给他争取了最好的价位。

签单的过程出奇地顺利。听业主说，这个房子的钥匙已经辗转了十几个中介，想不到我们刚收到钥匙就终结了它的颠沛流离。

送走客户的时候，赵哥说：“外面热，不用出来了，辛苦了！”听到这句话的时候，满满的都是成就感。

后续为赵哥办各种手续，我都当作给自己办事一样。此后半年多，赵哥夫妇和他母亲还给我推荐了三个客户，两套房源，甚至告诉我们小区入户门的密码。

现在，每逢节假日我都会给赵哥发问候短信，碰上赵哥的生日也会送上祝福，见到他家小朋友的时候总会停下

来和他玩会儿或送他个小东西。我只想做一些力所能及的事，来表达自己的谢意。

客户的维护是层层递进的：从标准化服务到个性化服务，这个过程如果你能让客户感受到你的真诚和用心，从心底信任你，那么你的身份也会从一般进化到特殊，从一个经纪人成为一个能帮他们解决需求的朋友。

在经纪人与客户维持关系的过程中，也可以提供一些物质上的感谢，比如赠送礼品、有偿介绍等，以增加老客户推介业务的意愿。不过，现在的人们不仅在追求物质的感受，更多的是精神、文化上的体验。比如我们公司举办了一些以感恩、答谢为主题的活动，让客户真正参与进来，从精神上感到满足，从而提高客户的信任度。

所谓优质服务，就是真诚和用心展示出来的成果，例如扫遍楼盘、整理数据、全力议价……客户成为我们的朋友，我们就成功一次；客户的朋友成为我们的朋友，那我们就成功一生。※



维护老客户并获得信任

把每一个人都当成客户

文——济南区域 刘振林

“我始终相信，对每一个人都心怀热忱，乐于助人，才是赢得老客户信任的不二法宝。”

我是2010年5月来到济南锦泽加盟店的，2011年3月取得了年度冠军业绩，达到105000元佣金。2013年重新走上经纪人岗位，第一个月就取得了月度冠军，第一个季度取得季度冠军，2013年年底又取得了年度亚军和2013年济南“金牌经纪人”称号。2014年4月，再次取得了业绩单数双冠。这些奖项与我和老客户的沟通信任有很大的关系。

众多周知，老客户推荐成交比较容易，转化资源比较快，因为他们信任我们。业绩稳定的经纪人需要有老客户，一个成功的经纪人应该有30%的业绩是由老客户推荐而来，这样做起来也比较轻松。

要想取得客户信任，无外乎两个要点：一是把客户当成自己的朋友或亲戚，把客户的事当成自己的事，走进客户的心里去；二是站在一个专业的立场上替客户分析问题，解决困惑，做到超出客户满意的程度。

首先，不要认为签完合同就完成了交易，签合同这只是服务的第一步。很多公司不注重售后，签合同前一天五六个电话，签了合同五六天没有一个电话，这样的反差太大，无意间会流失很多客户。

其次，要想和客户有良好的关系，就要经常沟通。我们和客户接触的机会不多，所以更要好好把握每一次机会，注重诚信和服务质量。与客户打交道难免客套，但不能只是讲客套话，客户心里都有一杆秤。

再次，我们每天都会接触不同的客户，时间长了也难免遗忘一些客户，所以应该时常和自己的老客户联系，做到老客户的信息、姓名、爱好、年龄、生日、联系情况、家庭环境、为什么要买房子、想买什么样的房子等问题都了然于胸。

不是每个人都能成为你的客户，然而只要你付出诚意，每个人都有可能成为你的朋友。只要真诚主动地去帮助客户，客户就会感谢

我们，和我们成为朋友。我们也要时常感恩客户，尤其那些给我们转介绍的客户更应该表示感谢，在实际行动中帮助他们。

最后，请把对客户的真诚和热情，带给工作中遇到的每一个人，包括自己的同事。以我自身来说，在平时工作中，我兢兢业业，每天早来晚走，认真完成每一项工作。在锦泽工作的这几年，掌握了各种房地产专业知识，还熟悉了金融知识和客户谈判的技巧，为沟通业主和客户间搭建了良好的桥梁。平常我也是尽力帮助同事，尤其是新人，不会的地方都很热情去帮助解答，一起陪同去带看房子，还帮其他同事去谈判并协助签合同。在公司门店里，看到脏的地方主动去收拾，不因为是老经纪人就不干，而是主动去干。我始终相信，对每一个人都心怀热忱，乐于助人，是赢得老客户信任的不二法宝。不信你也试试看。



Danny Leung

经纪人

CENTURY 21 New Millennium

Capitol Hill Office

1000 Pennsylvania Ave. SE

Washington, DC, USA

GREAT FALLS

大瀑布城 - - 弗吉尼亚



美国弗吉尼亚州的大瀑布城有着丰富的美国历史遗产，这座城市得名于波托马克大瀑布。2007年，大瀑布城被美国财经杂志（Money Magazine）评选为公认的“最适合居住的地方”以及“25个收入最高的城市之一”。2011年，这座城市又被CNN评为25个美国收入最高的城市第一名。2014年的人口为16,098，失业率

为3.6%（美国平均失业率是6.3%）。

大瀑布城保留了早期的美国乡村风格，豪宅和独栋别墅的面积大多数是至少2000多平米一套。这里的城镇距离美国首都华盛顿特区仅30公里。

2014年9月份发布的大瀑布房屋报告，平均售价为\$1,140,764。中位价格为\$1,200,000,比去年增长了5.73%。





同时持有华盛顿特区和弗吉尼亚州经纪牌照的CENTURY 21华语经纪人Danny Leung

推荐房源：

大瀑布城名校Lanley高中学区的豪宅

房屋：6室 10卫 3车位

总占地面积：2.34英亩（约9470平方米）

套内使用面积：1212平方米

建筑时间：2006年

售价：US\$2,880,000

地税：US\$23,511（2013年）

套内设施：3个厨房，壁炉，中央空调；后院有许多树，花园，湖上允许停6艘非机动船只

推荐理由：环境优美，后院与邻居共有小湖泊，可以在湖中划船，享受大自然景色；

附近有几个高尔夫球场，和美国中东部最重要的河流，波托马克河；

由获得大西洋中部地区商业房屋总建造商奖项的Chesapeake Construction Co.建造，品质保障；

学区房，包括两所名校：弗吉尼亚州排名第四，全美排名86的Langley High School和州排名第六，全美排名122的McLean High School；

同时近弗吉尼亚州排名前20的高中Dominion High School（第15名）和Parkview High School（第19名）。



**Michael Shang**

项目销售总监

CENTURY 21 City Quarter

Level 3/13-15 Wentworth Ave.

Sydney, NSW 2000, Australia

SYDNEY

悉尼

悉尼(Sydney), 繁体译名“雪梨”, 位于澳大利亚东南沿海地带, 是新南威尔士州的首府。作为澳大利亚、大洋洲及南半球第一大城市和港口, 悉尼是世界公认十大最繁华的国际大都市之一。2012年, 全球化与世界级城市研究小组与网络(简称GaWC)将其评选为第一级世界都市, 是“二十一世纪最适合人类居住的城市”之一。

悉尼已发展成为澳大利亚和南半球最大的金融中心, 国民生产总值约占全澳的30%, 在澳大利亚国民经济中的地位举足轻

重。世界顶级跨国企业, 金融机构的亚太区总部均设立在此。悉尼还曾举办过多项重要国际体育赛事, 包括1938年英联邦运动会、2000年悉尼奥运会及2003年世界杯橄榄球赛。悉尼也是国际主要旅游胜地, 以海滩、歌剧院和港湾大桥等闻名。二十世纪福克斯在悉尼设有大型制片厂。悉尼期货交易所是亚太地区最大的金融期货与期权交易所之一。

由21世纪不动产悉尼加盟店国语经纪人Michael推荐其公司代理的新楼盘Meriton的项目:

Meriton现已成为澳大利亚

规模最大、最成功的公寓地产开发商, 在悉尼、布里斯班以及黄金海岸地区累计建造公寓六万多套。自1963年以来, 已经在最佳地段设计并建造了高质量公寓, 因物超所值而吸引来自澳大利亚以及整个世界的买主。每一个公寓开发项目都是一次质量和设计方面的革新, 融入了对于人们居住方式的全新理解。

从青年夫妇到家庭和退休人员, 从自住者到投资客, Meriton以其能够提供迎合市场的居住选择为傲。4,500多套公寓正在建造, 5,500套公寓待建。





项目**A**位置: Parramatta, 毗邻Parramatta River (期房)
价格: 1居 \$629,000 / 2居 \$735,000 / 3居 \$1,127,000

项目**B**位置: Crown Square, Waterloo (期房)
价格: 开间 \$555,000 / 1居 \$580,000 / 2居 \$790,000 / 3居 \$1,065,000

项目**C**位置: EON Apartment, Zetland (现房)
价格: 1居 \$665,000 / 2居 \$785,000 / 3居 \$1,290,000

项目**D**位置: EP Apartment, Epping (现房+期房)
价格: 1居 \$635,000 / 2居 \$740,000 / 3居 \$1,005,000

项目**E**位置: Evoke Apartment, Ryde (期房)
价格: 1居 \$575,000 / 2居 \$720,000 / 3居 \$920,000

项目**F**位置: Mascot Central Apartment, Mascot (期房)
价格: 1居 \$710,000 / 2居 \$1,060,000

项目**G**位置: Sanctuary, Warriewood (期房)
价格: 开间 \$455,000 / 1居 \$550,000 / 2居 \$650,000 / 3居 \$815,000

项目**H**位置: Tribeca Apartment, Waterloo (期房)
价格: 1居 \$670,000 / 2居 \$825,000 / 3居 \$1,170,000



【青岛区域】

第三季度嘉奖大会成功举办

21世纪不动产青岛区域2014年度第三季度嘉奖会暨万达维多利亚湾战略合作签约仪式，于10月24日在青岛开发区万达维多利亚湾项目现场成功举办。300名金色战友以及合作双方领导嘉宾亲临现场，共同见证青岛区域第三季度优秀业绩单店及经纪人的诞生。会议上，21世纪不动产青岛区域与万达维多利亚湾正式签署合作协议，这是万达集团继武汉后在全国范围内第二次携手房地产经纪企业开展协作业务，也是21世纪不动产青岛区域一二手联动的一个新起点。



【济南区域】

76家加盟店提前续约

10月18日，21世纪不动产济南区域举行了集中续约仪式，与76家加盟店完成了《加盟特许经营合同》的提前续约。21世纪不动产济南区域现有加盟店近100家，其中76家加盟合同将于2015年到期的加盟店选择了提前续约。21世纪不动产济南区域成立于2005年，如今已成为济南市门店数量最多、知名度最高、市场占有率第一的房产经纪机构。在品牌和服务成为中介新的竞争焦点时，如此大规模的提前续约，体现了加盟商对21世纪不动产品牌的高度认可和信心。



【成都区域】

秋季房交会成交额突破2亿

2014年10月1日——10月5日第44届成都市房地产交易会（简称“秋季房交会”）在成都世纪城新国际会展中心顺利举办。来自21世纪不动产成都区域的500位经纪人，顶着30以上高温，征战房交会现场。会后，21世纪不动产成都区域传出佳音：5天时间里，现场共成交房产310套，成交金额达2亿人民币，占整个房交会总成交额的22%。这一卓越成绩将激励21世纪不动产成都区域，乃至21世纪不动产全国各个区域全体经纪人不断突破，争创辉煌。



【上海区域】

第三季度员工激励大会隆重召开

10月24日，21世纪不动产上海锐丰2014年第三季度员工激励大会于杨浦大剧院隆重召开。21世纪不动产上海锐丰总经理叶厚彪先生首先发表讲话。随后10月份夺金大战短途赛中取得优异成绩的经纪人现场分享了实战经验。会议重点对第三季度优秀个人和团队进行了表彰，相继颁发了单数奖、实收款奖、成交业绩奖、最佳区域经理奖、百万门店奖等奖项。最后，大会还举办了模特秀、真心话等表演和互动节目。



【郑州区域】

成功举办《企业文化》课程培训

21世纪不动产郑州区域于9月12日邀请21世纪不动产中国总部特许事业部运营总监杨钦先生莅临郑州区域讲授《企业文化》课程。郑州区域所有门店经理以上级别管理层参与了本次培训。郑州区域总经理王川先生于培训后进行了总结讲话。杨钦先生还担任了当日下午高层交流研讨会的嘉宾，与21世纪不动产郑州区域多位区经理和店东齐聚区域培训室，就管理运营问题展开交流、讨论和分享。



【兰州区域】

万达广场首家门店盛大开业

9月13日上午，21世纪不动产兰州区域万达广场首家门店盛大开业。甘肃创合时代投资有限公司董事长、21世纪不动产兰州区域总经理杨建斌先生发表开业致辞，与到场嘉宾共同参与万达广场首家门店揭牌，由此为21世纪不动产全面覆盖兰州市场拉开序幕。杨建斌先生表示，兰州区域将努力实现规范化、国际化、让利于消费者、提高消费体验、保留客户、重视服务的新型房产营销模式，用21世纪不动产的“金色品牌”和“金色服务”领跑兰州房地产经纪行业。

你是全球 [11万]成员中的 [佼佼者]



Century 21

始于1971
诞生美国

东临中国 以观全球

在世界：全球77个国家和地区、7000家门店、近11万经纪人。

在中国：全国近30个城市、千家门店、万余名经纪人。

欲了解更多公司信息，请登录21世纪不动产官方网站：www.century21cn.com 或关注我们的微博 @21世纪不动产

想要加入新的行业，
四处寻求强有力的平台和支持

是到走出迷宫的时候了！

加盟21世纪不动产，
即刻获得体系资源的强大支撑，
得到系统的管理、培训和指导



21世纪中国不动产2010年成功在美国纽交所上市（NYSE:CTC），成为国内首家海外上市的房地产经纪公司。加盟21世纪不动产便能即刻使用最具影响力的房地产经纪国际品牌，共享体系强大资源和成熟的运营模式，得到专业系统的管理、培训和指导，无需再在竞争激烈的市场上孤军奋战。



21世纪不动产 中国总部

加入世界知名的房地产综合服务提供商

加盟热线：400—087—0021

www.century21cn.com

Email: jm@century21cn.com



搜索微信号：
Century21China 或者扫描
二维码关注我们。