总第79期
2015年6月30日

主　办：GIXI 吉信行
总　编：潘海
执行主编：赵琴　李奇妍
责任编辑：黄宁波
编　辑：李扬

吉信行视界

GIXI HANG VISION

本期重点资讯：
- 关于创新的认知与思考
- 不，是你的半年危机
- 股市&楼市
- 我的12年房地产生涯
- 操盘

吉信行·成都方圆房地产营销置业有限公司　地址：成都市高新区孵化园9号园区F座9楼1-10号　电话：028-86081819　传真：028-86081819-809　邮编：610041　网址：www.gixi.com.cn

房地产营销企业，新业务产品的开发、新业务增长点的创新，显得尤为重要

关于创新的认知与思考

核心提示

创新，不只是关在实验室里搞科技的科学家或者一些专业领域的专家学者才能干的事儿，而是各行各业、各个工作岗面的组织和个人都能参与和做的事情。

如果把房地产营销企业的创新，放在一个战略的高度去考虑，基于企业发展方向的战略规划创新，应重于对具体营销手段创新的关注。

前言：

要发展、必须重视创新，鼓励创新，在告分亿成为中国社会的主流声音，在我们创新的过程中，我们如何思考和理解创新已为重要，本文主要阐述对创新的“形体风”理解，以供探讨。

在我们的日常工作和生活中，如果我们稍加留意，就会发现，最近这几年以来，新生事物涌现的频率明显，相对于过去，在不断地加大和变快，甚至有一种“眼花缭乱”让人目不暇接的感觉。一方面，这既反映了我们的生活在越来越多地受益于科技进步和创新成果的影响，另一方面，也反映了我们的国家越来越多地在重视创新、鼓励创新。

对于创新，国家主席习近平有过这样的论述：“创新是一个民族进步的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭源泉，也是中华民族最响亮的民族旋律”。这样的论述，用一种宏观历史观，把创新的重要性，放到了民族和国家发展的高度来阐述。同时，也印证了创新一直以来是我们民族最鲜明的旋律之一。从这样的论述，我们基本可以这么认为，当前，对创新的重视，已经上升到了一个前所未有的高度，重视创新，鼓励创新，在我们长期发展中，将成为指导发展的一个基本方针，甚至在未来，将成为重要的基本国策之一。

对于创新，我们个人在当代已经就有很具哲思的总结。比如，“苟日新，日日新，又日新”（《礼记·大学》）；“穷则变，变则通，通则久”（《易·系辞下》）。其中，无论是“新”，还是“变”，都是创新的基本含义。人类社会的发展史，也证明了社会文明的进步，正是人类不断创新求变过程中，所推动的结果。

如果用头脑风暴法来列举关于鼓励中的创新例子，可谓，层多人会想到的是，四大发明，蒸汽机的发明，互联网技术等改变了人类历史的科技发明。在我们眼前更识里，自觉或不自觉地将创新和科技发明创造画上了等号。

科技发明创造是创新的最重要和最直接的体现之一，但显然不是全部。创新的内涵与外延更广泛。在我看来，人类社会的一切发展，都是首先建立于物质的生产与消费之上。这是人类的基本生存需要和人类社会发展的最基础活动。因此，在过去相当长的一段时间里，基于对物质生产保障安全性的重视，与物质生产力发展不提高密切相关的科技的发明，占据了人们思想意识中，对于“创新”理解的全部。这也是为什么我们无前一说到创新，首先想到的问题就是四大发明，蒸汽机，计算机，航天等。因为这些都是直接改变了人类文明史，直接解放提高了生产力的科技领域里的发明创造。

伴随着社会的发展和进步，尤其是高层次突破经济的瓶颈，商业活动的繁荣和发展，人们逐渐地将“创新”，发散到了其他领域，比如，经济管理，理论研究等非直接生产的领域，结果就是有了管理创新，理论创新等。同样，也将“创新”的思维，从过去单一理解的科技发明创造，也有了丰富的理解，比如，一些技术和方法的改良、新方法的运用，甚至是一些并不重新的技术或工具的新的使用，都构成了今天多层次的创新。这样看来，关于创新，我们可以有这样一个大致的形象认知，创新，就像是一个矩阵模型，从画面领域的维度看，包括了生产领域，经济管理领域，理论研究领域等等，从分层多样性的维度看，包括了重大的科学技术发明创造，技术改良，方法等，而这样的一个矩阵“模型”，很比较好地反映出“创新”概念的含义，一是相对于原有的要更新，二是创造新的东西，三是改变，这也是创新的三层含义。

基于以上的对创新的理解，我们也可以进一步得出一个明显的结果。创新，不只是关在实验室里搞科技的科学家或者一些专业领域的专家学者才能干的事儿，而是各行各业，各个工作岗位的组织和个人都能参与和做的事情。

同样的，基于以上对创新的理解，检验是不是创新，我个人认为，可以两个简单的标准。第一，是不是和以前的有所不一样，第二，有没有明显的价值，衡量价值，可以量化，比如，用效率指标来评价。有些不好量化的，也可以用综合竞争力的提高来评价。比如，在最近我看到的一篇纪实报道中，关于对越自卫反击战中，两山隧道中的一个例子。在两山的寻战中，山地丛林，空间狭窄，难发机动性差，容易受到越军地大炮的攻击。我们的战士，在实战中，创造性的想出了“坦克倒档开车最前进速攻，前进档开车是快速撤退”的办法。这评价它的结果是大大提高了坦克在崎岖丛林山地环境下，坦克快速进攻和快速撤退隐蔽的生存率。就是一种成功的创新。

正如上文所提到的，我们对如何看待创新，进行了比较的论述。创新，是一个“矩阵”，各行各业都需要创新；各个领域和层面的组织或个人，都是创新的主体。那么，房地产营销企业，应该如何看待当前服务性企业在创新中的一些问题呢？我认为，有以下几点需要注意。

首先，重视创新，但不为了创新而创新。作为应回服务性的企业，相对于传统的生产性企业，科技研发企业而言，创新更难。因为服务性企业的成果不是以某种技术成果，或可以直接立竿见影改变生产力（**可以用来表现人面相来替代**）的成果来体现的。服务性企业的创新成果，也有更点是需要通过新业务“产品”的研发来体现；或是一种营销手段或管理方法的创新，在企业常态化服务的中长期过程中逐渐显现的。因此，作为服务性企业，创新更难。在面对市场环境不好，常期营销手段效果难以体现，业主方营销压力大的情况下，需要重视创新，但切忌病急乱投医，为了创新而创新。

其次，衡量创新以是否提高了效率除合评价。房地产营销企业的服务结果，受到很素影响，比如，代理的产品、价格、市场环境等。评判创新的效益，一般都以通过实践的效果体现。评价的指标建议以是否提高了工作效率为基础指标。效率，意味竞争力，竞争力的强弱，意味着价值。

第三，房地产营销企业在创新中，要注意把握主流与支流，正本，固源。在当前整体房地产市场的情况下，在寻求多元化发展中，需要把握主流，什么是主流？也就是这个企业的主营业务，擅长的领域，核心的竞争力，主流本末明向，或尚未完成业务战略规划和必要的相关准备前，往往会带来对主营业务的稀释结果，却不一定能带来企业整体综合效率的提升，应避免以创新为名，行“因处指”之实。（**对于新业务产品开发，与“因处指”的区别，本文因篇幅限制，暂不讨论**）。

第四，敢于说“不”。房地产营销业，本身就是一个各色人才聚和瞬方智慧（**通常说“五子”**）碰撞和产生比较多的行业，必然的，创新的几率和多样性也会比较多。有些创新，是真创新，有些“创新”，可能解决有部分问题主流，但不一定经得起实践的检验；有些“创新”，甚至可能仅仅是为了迎合业主方的要求。那么，在面对百花齐放，百花争鸣的各种创新时，我们需要大胆假设，小心求证的态度去面对。对于非而不实的，也要敢于说“不”。

最后，如果把房地产营销企业的创新，放在一个战略的高度去考虑，基于企业发展方向的战略规划创新，应重于对具体营销手段创新的关注。房地产营销服务行业，尽管是最近这十多年逐渐发展和兴盛起来的，但其本质，依然是传统的销售服务行业。这也就要环着，明确行业专业性的差异性。销售服务中，主要的销售手段，技巧和理论都是基本相通的。在销售手段，技巧和销售理论方面要实现质的差异或拉开竞争对手几条街的距离，实现单维度较大，优势非常也容易被对手弥补。企业发展方向的战略规划，具体而言，房地产营销企业，新业务产品的开发、新业务增长点的创新，显得尤为重要。

（宋）

现在我们已经到了需求碎片化的年代了，你可以掌握一条人无我有，人有我优的技能

不，是你的中年危机

核心提示

日前房地产行业的中坚力量正处在中年危机当中。30而当40岁，这某子只干过这个，创业雄太老，退休雄太早。

就跟人进入到了中年期一样，很多时候就是在“马云”和“坚云”之间徘徊，在“上流”与“流流”之间不能不能。白天向往“在路上”，晚上又想看这周公瑾。想自己而言，已经焦灼在这矛盾的身体里。再看看周围，鱼龙混杂，川流不息。这个时代变化快啊。

更多原创文章，更多精彩，就在这里！

1 被打扰的中年危机

目前房地产行业的中坚力量正处在中年危机当中。30而当40岁，这某子只干过这个，创业雄太老，退休雄太早。

就跟人进入到了中年期一样，很多时候就是在“马云”和“坚云”之间徘徊，在“上流”与“流流”之间不能不能。白天向往“在路上”，晚上又想看看这周公瑾。想自己而言，已经焦灼在这矛盾的身体里。再看看周围，鱼龙混杂，川流不息。这个时代变化快啊。

在古代，鸿雁传情，三年不得偶遇。我们跟快端，一生只够爱一个人。而现在，微信呼呼，三观每天刷新。好好上个班，一会刷刷朋友圈，一会刷刷微信点赞，一会刷刷很多人要“出去看看”，世界可真大，什么鸟都有；世界可真小，4.7寸屏幕里看定了。

因为信息传播得快了，发信息的人多了，我们这群中年人每天都看着别人嘚吧嘚吧嘚，只要看到又有朋友进投市赚钱了，心里就犹急着慌。只要听到说又有小伙伴创业了，手提就想刀霍霍。那感觉就像生怕错过了生命中最后一根稻草。拉拉吧，悄悄地中年焦灼的身体，不动吧，又怕错过大器晚成的机会。

在古代，那地外面世界已近天昏地暗，可商女不知亡国恨，隔江犹唱后庭花。信息闭塞，时商女而言，这一生会少了很多机会，可多了很多烦恼。这一条江也会沉没在“后庭花”的美好氣氛里。而现在，你我的中年还要飘荡在这一片氧会的海洋里横摆，另一是海的呢。

所以当我们再也然不起初那时候，当我们跟着鸡凌一起的出狂抽的时候，我们还得马不停蹄的跟着一群90后，东跟跟西看看，生怕别人不带的玩了。“大叔，我带你玩互联网”“玩我懂我懂，我是你的人脉面最早玩我带新方块的。”

所以当我们跟着续效，翻着报表的时候，90后在手机里教育我们“合伙人制”才是最好的激励，“喜欢”才是最好的老师。好不容易造了个支柱产业，这某子就知道等子怎么挣怎么卖，怎么搞这一年年赚的就拿了个“低保”，眼见房地产被上上下下数落调控，到底还能做不？在学校里听老师的话，选了个“21世纪最后的暴利产业”，数多竞当相那等，等我人到中年，要对新入选鸟的时候，还然再也变不出海口。

2 到底谁是SB？

好吧，在我们的中年，有了许多的选择，有了各种互相碎变的价值观，专家早商专家开存。我们跟编辑品，谁是真理？谁知道方向？

记得有个段子图片如下：

2、4、8月是穿衣，穿非成服的和穿短裤的互相鄙夷。可见同一个环境下，个人情况不一样，女鞋适服冷暖自知。他人所是地狱，存在即是合理。我们只有必要要求别人的想法和你这跟我一样，谁都不知道别的方法最好。那就自己修自己的路，每自己的道。眼睁睁别人掉子上，这个市场，有的在跳坑，有的在降价有的还考虑收回优惠，倒是不知道该怎么报道，购物者也一片凌乱。电视里专家说；根据自己情况理性购房，这也是个笑话。

情况不一样吧，开发商各自修给各自得道，我们跟做的是深入下去，了解更深入其象的变化。具体分析，不一概而论。

而今创什么业？互联网加什么？其实也是各自演绎。领导给了一株300盆花的卡布基诺，大家就“呱”了。这也不奇怪，在古代，写首“跑是官廷里时间什么玩意，睡时老百姓也各自的上了。

因为我们已经到了这个位置近面知机节，礼节是应百家争鸣的阶段。

我记得要来经常看到欧美国家的视频，我们称之为“花样作死”的模限运动。在我们看来，这样一个大男人，不该老老实实在家带孩子，在公司上班，创造价值！为个什么要去跳悬崖？要去虐待吃？而现在我们国家也有了这样的事情，出现了经济自由，有了保障，需要更多的人生压力和更多的挑战；比如“世界很大，我想去看看”这种事儿。是因为我们社会已经发展到这个阶段了，到了各种高级跟进鸟，也因就这鸟，存在即合理的阶段了。没有人是绝对的SB，都是相对的。这，在某房子过程中，就是所谓的碎片吧。

3 泡沫里有恃无恐

有限的资源与无限的欲望之间的矛盾，导致我们顶着踩，浮躁会带来盲从，会带来非理性繁荣。

人类社会有几次震撼繁荣，有几次泡沫破裂，大多是三人成虎的跟风造出来的。郁金香热潮、兰草热潮、房地产泡沫潮、互联网泡沫潮。

虽然这些繁荣并没有带来实质的物质增长，是空穴来风，但对于这些“风”的起源从繁荣的能力，我们无生敬畏。即广昌虎与泡沫共舞，他算是看明白了人性，泡沫是不得不产生的，那不由自己制造泡沫，或者看到泡沫来了，就冲上去，赚到一桶金赶快下来。这是人性，能耳聪目明知知所论。

在对于资罗大众，泡沫越难越高，遇到经济危机的时候，最值钱的还是黄金。

然而什么是黄金？什么让时间流逝还有恃无恐？

时代变化快，武术招数随时机，内功心法不变——你独特的卖点以你大势就是你的黄金。

又说一个故事：一位逗老太太，办美国绿卡，没文凭没有钱没有任何关系，按照说有资格去移民，但老太太用一把剪刀展示了她一手剪纸作品，OK，录取了。

我跟意外今年很多商考核元还是选择学习金融学。如果它能帮给你系统的思维，是可以的，但没有必要将你出来了非得往金融系统里挤。做个银行柜台员，卖个保险吧，完全没有了的偏“的才华。如果去5、60年代，大家还吃不饱饭的时候，全民大炼钢铁，全民研究农业，全民炼丹，我们是幸福的上，那个时候你要为出来说，我没得一手好二胡，只是的还是当不了人生赢家。但现在我们已经到了需求碎片化的年代了，你可以掌握一条人无我有，人有我优的技能。说回明白，代理公司的核心价值是什么？我又有什么东西，被查方所需要？客户研究，经验、预判，对细分市场的了解——总有你没有的，你才要找我嘛。进八成录得最高26亿元，给了我们一个提示：你切入点要比好这还能。

所以你的核心卖点是“我漂亮”？我的核心卖点是“我园长”。

（楼新雪勾）

用股票视角谈谈房产政策,股市&楼市，你选哪个？

股市&楼市

核心提示

在近期连番大涨的股市面前，最近的楼市似乎显得有些落寞。六部委接连出台的重磅利好：降低二套房首付比例、免征两年以上二手房营业税。然而不久前过去了，当我们身边的人们高谈阔论股市大涨的时候，除了亲内人之外却少有人提及楼市的话题，到底新的政策对房地产市场有什么影响？楼市真的被股市“淹没”了吗？

引子：前不久，国土部、住建部、央行、税务总局等六个部门，接连推出了：降低二套房首付比例，免征两年以上二手房营业税等一系列措施，并称为30新政。

在近期连番大涨的股市面前，最近的楼市似乎显得有些落寞。六部委接连出台的重磅利好：降低二套房首付比例、免征两年以上二手房营业税。然而半个月过去了，当我们身边的人们高谈阔论股市大涨的时候，除了亲内人之外却少有人提及楼市的话题，到底新的政策对房地产市场有什么影响？楼市真的被股市“淹没”了吗？

正确解读新政

首先我们说，楼市新政究竟有影响吗？答案是肯定的。

单从成交量来讲，以“风向标”北京为例，自3月30号新政推出以后，一周网签量，一手房同比增长191%，二手房39%，效果还是十分明显的。但是从全国整体的市场来看，好像并不是一些人想象中的那样。尤其在一些三四线城市，根据全国各地统计部门的数据和建议，给予很多三四线城市的建议基本都包含一个：去库存。

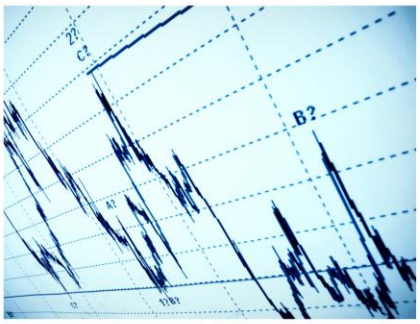
数据是不会说谎的。如果关心的朋友可以付费的查看一些三四线城市的统计数据，很多城市的库存量至少需要来18个月，26个月，甚至30个月以上。

而很多投资者和业内人最通常的习惯就是判断，判断一个政策的根本意义，判断一个城市的潜力，判断一个产品的增值空间。

我认为大家应该要意识到，这次的政策本身目标叫“稳定、健康”。当然，之前也有稳定健康的属性，但那是在楼市暴涨的时代，是为了“冷冻”。而现在的稳定健康含义却大大不同。

对于一线城市，对于那些需求稳定，供应没有过剩的地区，政策依然是不需要它搬家，希望能够照顾更多的自住需求，改善性需求，而不是投资需求。

而对于那些供过于求，库存非常大的三四线城市而言，这个“稳定健康”，不是要你涨价或者降价，而是有效的去库存，让楼市步入健康的发展阶段。



股市术语解读房产政策

在房地产市场愈发趋于成熟稳定的今天，过去的简单粗暴，以从净大势行代早已过去。购房群体已经更加理性，调控政策也进入了一个新的阶段。

为什么是在不再像以前那样，一个政策的出台瞬间就会引起强烈的反应？

在近期股市大热的影响下，我们不妨借用股市的分析方法来解读一下楼市。

打个比喻，相对过去的暴涨而言，当下可以称之为较冷的市场环境，就往往是在一个股市的熊市当中，它不会出来一个政策就“嗖”的一下拉命住上涨，一个政策可能只会影响的某一些板块或者某市某一些股票的波动，但是可以肯定的是，这些局部的小板块都是具有一定特征的。

比如说股市中对于政策反映最灵敏的，就是一些小盘股，一些易于炒作的股票，还有符合当下主流趋势概念的一些概念股。换成楼市来说，基于反应的就是一线城市，这些城市特别是三四线城市需要政策，即使是再宽的“熊市”也不会影响到买，下跌特别的城市，而一旦调控政策出来，利好消息放出，最先反弹上斥的绝对是它们。而很多三四线城市的楼盘就跟那些品质较差的股票一样，该涨的时候不会大涨，但是下跌的时候绝对是率先怎涨，所以在这里也要提醒这三线城市海投资的朋友们。要选好股，选好板块，选有价值的好房子。

核实才是根本

房地产调控的连续、密集出台，发轫于2005年的国八条。此后的几乎每一年，都有针对房地产市场的相关调控措施出台。2006年的“国六条”、“国十五条”，2008年的“国十三条”，2009年“国四条”，以及后来的“新国十条”、“新国八条”、“新国五条”等等。而所有的内容，说白了无非就是“涨”与“跌”，“降”与“涨”。

我们说这相信，中国经济绝对不会允许急冷急热，大起大跌的现象，而房地产市场对于中国经济的重要性无需赘述，所以我们应要清楚的认识到这些调控政策的一个根本核心：稳定楼市，稳定经济。

除了中央层面的政策之外，我认为各个地方层面应该也会“因地制宜”的出台一些相关政策，相信在接下来的时间我们会陆续看到。

那时我还充分相信，很多可行性政策其实都还没有落地，各个地方层面手里还有子弹没有使用，比如公积金方面的，土地方面的等等。

我们相信，未来一定是市场归市场，行政归行政的。

不论是楼市还是股市，暴涨和暴跌的情况对于经济的负面影响是我们需要规避的，所以我们要正确的把握政策密度，不要因为一部分楼市政策刚刚出台的情况下，在股市的拥挤有东西跑飞起来了的情况下。

股市&楼市，你选哪个？

（蒋祥祺诗）

生随活笔

我的12年房地产生涯

作为一名案场管理者，我个人认为“勤”“严”“乐”是管理者需要做到的三大关键

在不知不觉中，2015年已经过了一半，加入吉信行也有近七年时间了。在这七年时间里，从一名置业顾问一步步成为部门负责人，我不断的学习知识，逐步成长，即时倾听和提高自己的管理能力，这让自己的人生多了一份激动，一份喜悦，一份思考，收获了余如一家的团队。有如今的成长，要感谢公司的每一位领导栽培，每一位同事的帮助。七年里，我和团队共同经历了合景泰富·万丽峰、中铁二局·西都美华从启幕到收官，一同见证了保利·两河森林、保利·格桑居、花样年·龙年国际、鼎星名城等等项目的成长，如今我已经离开了一线销售岗，回头看看之前的酸甜苦辣，百感交集。

从道资金赴江浦的品质铁铺盘——万丽峰，到金产品系国金大盘——西都美华，再到现在的央企高端巨著——两河森林，经历过房地产“牛市”，走过低迷的熊市，感触颇多。2008年–2012年万丽峰，4年48个月时间，销售从未缺价对手，把对手一个一个“踢”出局，2013年–2014年在西都美华，面对早进场二年的对方公司，从未结场，业绩一直超越对手，在2014年10月，接手强势高压的保利两河森林项目，面对开盘2亿的销售目标，历经拼搏，在低迷的市场条件下顺利完成开盘任务，在之后的顺销期，是顺应成公司，开发商的各项任务，在公司七年经历了形色色的开发商，这些都是我和团队的宝贵经验，也是我投资给房地产行业12年的知识积累，我也就个人的观点给大家做下分享。

作为一名置业顾问，我个人认为要做到掌握“一个中心”，“两种能力”，“三颗心”，“四条熟悉”，“五必学会”。

一个中心

以客户为中心，无其是在刚部项目，客户响天至力不足，销售人员需要站在客户角度来想一步。2010年在万丽峰项目的时候，我做经接待过这样一组客户，客户对房子非常满意，客户到达4次后，终于决定订房，可一手拿出10多万的首付对于他们的家庭是个天文数字，客户家庭非常着急，甚至可以说困难，两家人东拼西凑也只有6万块钱，看到客户迫切的眼神，我明白他们对一套房，一个自己的家的需求是多么强烈，所以我一方面在向甲方商三番请延期，将房源保留，另外一方面将自己身边做贷款的资源介绍给客户，客户几番周折终于买到房子，五年过去了，客户依今和我是好的朋友，非常信任我，且在后期为我带来很多客户，所以把客户做为中心，多为客户想一步，可以收获很多，不只是业绩，金钱，更是收获成就感，收获始终交往一生的朋友。

两种能力

应变能力、协调能力。这个不用过多的解释，相信大家都明白，现场的突发状况，内部各种问题时都会出现，作为置业顾问，要随时准备应对各类突发状况，心思随时都有Plan A、Plan B，确保自己游刃有余的应对各类事件。

三颗心

对工作的热心，对客户的耐心，对成功的信心；对工作没有热心，就不要工作，对客户没有耐心，就不要做置业顾问，对成功没有信心就做不好置业顾问！

四条熟悉

熟悉国家政治经济形势，熟悉房地产政策法规，熟悉房地产市场行情，熟悉公司物业情况；这里特别说一下对房地产市场行情的熟悉，做一名优秀的置业顾问，熟悉市场行情是必备素质，不仅是对周边竞品的熟悉，还要对区域市场，整个城市大市场，熟悉全国各地市场的变化，第一本时间内行业动态，不要一味的等到别人给予培训传递，自己需要发挥自己的主观能动性去做，切身的去了解，这样才是优秀的顾问可不仅仅是简单的销售。

五必学会

学会市场调查，学会分析籍贯，学会揣摩客户心理，学会追踪客户，学会与客户建立长期的关系；在这些方面我一直严格的要求自己，这里给大家讲一个反面教材，在西都美华有一名置业顾问，该判断力非常强，他能在短期内，靠自己口才打动客户，经常会有客户第一次来就在他手里成交的客户，可他有一个缺点，不会追踪客户，不会长期的维系客户关系，成交后就不管客户了，所以几乎没有老带新，所以在2014年市场还新走向低迷，来访没有那么多的时候，他就非常焦虑，而相对于当时，别的置业顾问平均上有100–200个业主，别的置业顾问老带新就成交了，而他却没有成交，且后期的问题客户很多，他离职后，也给同事带来很多麻烦，这就是不会维系客户关系的反面教材。做一名优秀的置业顾问，老业主是自己的长期资源，维系老业主关系开发商也会给予各种支持，自己其实只要发发短信，打打电话就够了，这样属于自己独有的资源，维系费用也非常低，何乐不为呢？

作为一名案场管理者，我个人认为“勤”“严”“乐”是管理者需要做到的三大关键。

亲者，亲和力，少些冷淡

中国需要一直提倡；以人为本，与邻为伴。但作为一个管理者，由于处于一个高高在上的“官”的位置上，又由于自己也需面对着来自多方面的压力，常常会有意无意的对下属表现出一张冷淡的面孔。作为管理者，应该多多体谅下属的不易，因为他们无论是在接待客户会常常面对客户吵的吉冷语，甚至是挑衅；还是常常在外做行销派单等接受天气或冷眼。因此，迫切需要得到来自经理的温暖，需要经理的关怀和鼓励。

另外，还有一个“勤”字，在案场，销售经理要勤巡回，勤观察，勤询问，遇到正面要勤表扬，奇赞，遇到抵触要勤纠正，勤提醒；勤引导，尤其是刚刚入职的新人，要多培训，多提问，让其感觉有事情做，让其感到有好多东西要学，哪怕是小到一个词，不明白的都要详细解释，直至明白为止。

严者，严格，部多些严格，少些放任

案场如同战场，我们的销售员就是一个个战士，军队的战斗力从何而来？靠的就是统一的纪律。同样，一个有战斗力的团队，一定是一个纪律性很强的团队，很难想象一群散兵游勇能够打赢一场硬仗。比如上班经常迟到或旷课，按公司的规章制度来，上班不遵守礼仪规范，按公司的制度来；明源系统中客户回访，梳理，跟进有错误，按公司的制度来；说要求了要什么时候交表，到时必须交上。不但要找时，而且要找质，有问题可以提前提出，决不允许到时交不上等到临时再陈述客观理由。“宽是源，严是爱”，不能说放之四海皆准，但总体是没错。严格不是苛责，而是对下属必需的要求和监督。作为经理不可不顾思私情行之。

乐者，乐观，部多些乐观，少些抱怨

人生不如意者十之八九。作为销售经理，面对的事情很多，竞争对手的，客户的，下属的，领导的，公司的，甲方的……因此不如意的也就很多，如果遇抱怨不满，我想我一天都不用干活了，在保利·两河森林，我深有体会，强势的案所管理，我是出了名的被罚对象，不论是内部的失误还是销售的失误或者是客户有问题，甚至是“莫须有”的理由，罚款对象都是我，轻轻几百，重则几千，不仅是业绩有压力，现场的各类鸡毛蒜皮都会是我的问题，我也曾经觉得自己红不住了，可是公司如此信任我，把这么重大的项目交给我，我不能半途而废，我需要坚持，哼哼哈哈一会就过去了，工作还是要继续，做的不对的，我要要求自己做的更好，只有自己做的更好，才会做出好的业绩；换个角度说有时抱怨一下也是件好事，至少可以缓解一下自己的压力，所谓不吐不快，但不能太多，烦恼，抱怨的作用顶多是伴随在“提出问题”的阶段，而我们要的是更进一步的“分析问题”和“解决问题”。否则单纯的抱怨就没有多大意义。销售经理是一个销售团队的灵魂，应该积极的面对困难，并将“解解决一切问题”的勇气和灵魂的精神状态传递给自己的下属。否则，天天想如果没不成任务怎么办？没有客户怎么办？那定不是您天才人吗？做营销就要有积极，向上的工作激情和心态。

寄语我的同事们

2015年开年以来，宏观经济下行压力加大，去年的“930”政策对市场的促进并不是很明显，政府于今年3月30号出台“330”新政，支持房地产健康平稳发展，在党的十八大上，李克强总理提出了支持居民合理住房改善性需求，促进房地产市场平稳健康发展的重要指示，这到消息我们是可以这样理解——政府不会让房地产市场低迷，只要坚信这一点，一切随意都会释然，或许今年是房地产比较困难的一年，但是不经历风雨怎么见彩虹，市场起落落非常正常，我们要在艰难的时候寻找方向，才能让自己的职业生涯有新的高度，在这里分享一句我的人生格言——自然界没有风风雨雨，大地就没有春华秋实，市场起起落落，行业优胜劣汰，坚持下来的，一定是最终秀的。希望我们吉信行的同事们都能加油，坚持我们吉信行的“狼性”文化，在激烈的市场竞争中，更加勤奋，不断突破自己，做最强的狼！

（岳）

Project | 项目动态

2015年6月13日，“金绿湾岛梦幻之夜”在复地·金融岛梦幻开演，活动当天，太阳岛观望佛手湾至热带雨林上演国际时尚盛宴，来自全球顶尖婚纱女王VERA WANG最新力作十八套全球巡展款礼服从纽约直降金岛，香奈儿2015最新夏日香艳沐浴系列秀步上演等，活动当天，来自全球的精彩在复地·金融岛一网打尽。

2015年6月13日，“挑花溪谷”溪谷水上城堡在万众瞩目下精彩亮相，一场颠覆国际的极致冰爽之巨浪比开启，真花溪谷是由复地集团和万达温泉股，强强联手共同打造的生活新国标标杆。北京长城脚下的公社、上海世贸金山庄园的度假国际高端休闲游园复合生态社区，永久自然条件主义生活模范地，而溪谷水上城堡为国内地区最大水上游乐园地，引进西雅图一大型水上冲浪设备，水上冲关，冰泡漩对，亲子游戏，解渴盛宴，沐浴九重乐园，水上DJ水枪派对等游乐项目，集梦幻、激情、酷爽于一体。

2015年6月13日，润富国际花园“健康夜跑，品质生活”活动在顺城湖展开，活动开始以来受到了业主的广泛好评，润富国际花园位于城南交子大道与润南大道交汇处，地处金融城高端住宅区核心位置，也是金融城最后一块豪宅宝地。

2015年6月9日，“2015年中国·西部投资峰会暨家乐福入驻南岸计划签约仪式”在环球中心酒店活动隆重举行，国际城南，大厦门户，“南岸时代城”以先进的产业区规划理念，汇集商会年会，国际主题商所，家乐福实体MALL，5A写字楼引入地标业态，构成区域生活中心和城市一道靓丽的城市风景。

company | 公司动向

2015年6月，32名首批储备战员即头狼启动会后，头狼户外拓展训练在龙潭水乡拉开序幕，逻辑中心为协作方，重温出吉信行人勇的霸气，团队活动中大家齐头并进，体现强的凝聚力，通现自我总结目标清晰，不愧是我们的头狼人选。每个人都必须点个赞！此次活动也得到公司的的大力支持，予以，可以全程参与，活动结束予以结，寄予希望，要我们未来的头狼们，在工作中带领团队全力以赴，重望吉信行强胜未色！

由业务管理部举办的首次行政助理部内部主题活动“有快伴，有成长，有梯样，有梦想”在公司本部顺利举行，通过本次活动，在增进小伙伴之间相互了解的事情，明确了日后工作的目标，为树立学习榜样，向团队传递正能量，对于表现突出者给予了表彰。

我们承认销售成功“一切在于操作”，我们更坚持“操作的前提是策略”

操盘

华宇广场开发商实行的是三家代理公司代理的制度，从1月24日，住宅首影次开盘之后，吉信行团队开始进场销售，通过与华宇智慧开发商的沟通，根据营销策略，我们的团队先针对华宇广场的住宅部分进行销售。

华宇广场位于成都东22环，静雅路和上沙河铺路交汇处，四川职业邮电学院正对面，西邻千年文化名殿白河，北邻“城市绿肺”400亩落子山公园，3大商圈（**黎美商圈除金融商务商业中心，东客站商贸商业，川师校园商圈**）核心位置交汇处。

华宇广场产品品二部分组成，一部分为8万方的LOFT产品，一部分为15万方的商业，一部分为10万方的住宅。

在整体的操盘思路上，我们建议了开发商能够投入推广资源，在前期用如本案的综合体商业优势，通过密集、强势的推广，在成都东门市场上有强势发声，吸引客群到访，在现段优势的基础上，利用本案的综合体和商业特色的附加值，以相对的价格优势凝定客户下单。

在项目初期，我们在实际操作过程中，操盘思路和实际执行出现了一定的偏差，由于无法到位，即时由于意见不统一，在项目定位上出现了一定的偏差，造成整个项目仅能凭借自然到访客户进行销售，但缺乏商业配套的支持和到访客户的细位性得整体销售成功率一直不高。

意识到这个问题后，我们及时的调整了营销策略，就这样去执行团队在不到五个月的销售周期里，在缺乏来访客户的基础上，销售业绩超过了已经进行了半年蓄水的对手，我们的团队一直保持领先，表现了团队的凝聚力与战斗力。

由此自我总结了以下操盘经验，仅供与大家分享交流。

期销售准备

销售准备工作是一项时间较长内容较复杂的工作，保证制定销售计划、配置价格策略、选择销售模式、确定开盘时机、安排销售节奏、编制卖场包装方案及开展员工培训等内容，只有逐一做好准备，才能做到有条不紊、万无一失。

品分析

了解项目周边竞品的基本策略，包括价格（**起价、均价、最差价、朝向差价、内部认筹价和正式发售价及各个时期的付款方式和优惠措施；一个月以后的价格调整方式，监控方式等**），开盘的时间节点（**具体广告发布时间**），宣传策略（**广告公司、媒体计划、广告语、广告量、公关活动、朝向炒作、卖场包装等**）；另外我们项目周边正在规划的项目情况，以及周边的市场配套，道路交通改造项目等也是我们跟踪或及时跟踪的重要情况。

售策略

销售是一场硬仗，整体策略部署会不会因为技术调整而一新而上？我们承认销售成功“一切在于操作”，我们更坚持“操作的前提是策略”。其中制定销售计划及战略，销售队伍的激励制度等都是得极为重要。

售推广把控

一个阶段的推广从启动到产生预期的推广效果，需要一定的时间，如果在第一个阶段的推广，在效果没有实现的情况下过早的进入下一个阶段的推广，则很可能会浪费一些市场资源，又蜀黍。由于各种原因，一个地区的房地产交易会呈现出淡季和旺季之分，那么项目形象推广应该在淡季，旺季期进行销售推广；如果反过来，到了旺季才进行项目形象推广，则会错误销售时机。

（琦）

《市场研究专刊》 2015年成都写字楼市场研究(节选)

全国写字楼市场

从全国数据看写字楼市场：全国写字楼信心指数上升，整体市场谨慎乐观。

政府改革意图强烈，宏观经济充满信心，有90%的受访者对目前中国宏观经济持有中性至良好看度，较比去年上升6个百分点。其中接近半数者（47%）判断宏观经济将有较强增长。

2015年上半年，代理行信心指数为110.2，最为乐观；开发商信心指数为104.9，排名居中；投资方最弱其后，指数为103.5，所有类别受访者信心指数都高于2014年，且在中位水平之上。

从全国数据看写字楼市场：一线城市写字楼市场信心指数远超二三线，长期向性发展被看好。

写字楼行业从业者对一线城市抱有最大的信心，一线城市的写字楼物业信心指数为112.2，远高于二线城市的96.5和三线城市的95.3。尤其是以资本发生导向的投资方对一线城市的信心指数要高出二线城市13.6个点和三线城市36.8个点，表明投资方对未来不同地区写字楼市场发展倾向显分化。

在被被看好的写字楼发展城市评选中上海、深圳、北京排名前三，接近九成的受访者看好这三个城市未来在写字楼领域的竞争力和潜力。

成都写字楼市场发展信心趋于中性，有五成受访者看好成都写字楼市场的未来发展。

从全国数据看成都写字楼市场：2015年成都写字楼静态投资回报率为4.5%，高于全国平均水平（4.3%）。与住宅市场相比，写字楼投资价值更高。

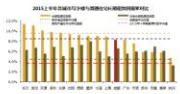
2015上半年全国写字楼静态租金回报率为4.3%，接近目前余额宝收益平均值，约为住宅市场静态租赁回报率（2.6%）的2倍。其中成都写字楼静态投资回报率为4.5%，高于全国平均水平。

对于写字楼来说，其投资价值明显高于住宅市场，尤其是核心地段的高品质写字楼，具有较高的保值性，能获得较高的静态租金回报。

从全国数据看成都写字楼市场：2015年上半年全国写字楼长期租赁投资回报率为8.5%，成都为8.3%，租金回报合理。

长期租赁时，租金将动态增长。2015年上半年全国写字楼长期租赁回报率为8.5%，低于商地产信托平均年收益率。

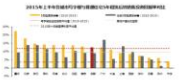
进入2015年，为刺激需求，部分项目下调有效租金，整体租金有所下跌，上半年成都写字楼长期租赁回报率为8.3%，略低于全国平均水平，但仍属于租金回报合理的范围。



从全国数据看成都写字楼市场：成都写字楼转售回报率为12.5%，高于全国平均水平，转售回报较高。

从历史转售回报率来看，写字楼市场2010-2015年租赁后转售回报率平均值为11.8%，成都写字楼市场租赁后转售回报率为12.5%，高于全国平均水平，且高于房地产信托收益率9.6%，转售回报较高。

未来随着写字楼市场的快速开发建设，大部分城市供需紧张得到缓解，部分城市写字楼市场出现供过于求的局面，预计2015-2020年大部分城市写字楼市场5年租赁后转售投资回报率将有所下降，预计成都5年后租赁转销售回报率为7.6%，属于正常范围。



小结：

全国写字楼信心指数小幅上升，整体市场谨慎乐观。成都写字楼市场发展信心位于中位水平。

成都写字楼租赁回报率高于普通住宅，转售回报较高。成都写字楼市场回报率处于全国中上水平，拥有未来发展潜力。

成都写字楼市场量价关系分析

销售市场（量/价）：市场供求失衡，价格下降，存量高企，未来仍以去库存为主，其中高新区去化压力最大。

写字楼市场供求失衡，价格下降，存量高企：2015年存量达290.13万㎡，按照目前月去化4.78万㎡计算，去化周期需61个月。

高新区是写字楼供销存量中区域，其库存占全成都总存量的五成。

主城区与近郊写字楼价格梯度明显，价差超过5000元/平米。

销售市场（方位/环境）：写字楼分布集中，主要位于城南的三环外板块。

城南为写字楼供销主力区域，未来去化压力最大，由于城南竞争格局关系牵制了城南写字楼均价。

写字楼外延化发展：三环-绕城、绕城外的写字楼总用额际，增幅明显。

租赁市场（量）：可租赁量持续攀升，新入市项目租赁面积下空置率创历史新高。

可租赁量继续攀升：2014年13个项目入市，拉动可租赁量上涨至684万平米的历史新高；

新项目交付量非上升至96万㎡的历史新高，拉升整体空置率至35%的高位；新项目租赁情况较差，空置率大幅上升主要是由于经济下行，较多企业资金出现问题，放弃更换办公地点或者退租。

租赁市场（量）：天府新城、市中心、东大街为近三年新增主力，乙级写字楼为新增供应主力。

2014年天府新城、市中心为新增可租赁主力，天府新城占比为50%，市中心占新增可租赁量的38%，东大街全年无新增项目。

乙级写字楼为近三年新增可租赁量主力，其中2014年占比达69%，超甲级来福士T1入市，甲级写字楼新增供应不比小幅上涨2%；

2014年租赁市场（价）：租赁市场低迷，加之乙级写字楼大量入市拉低了整体租金水平。

整体租金略有下降：2014年乙级写字楼入市，新增可租赁量占整体近7成，拉低整体租金水平，环比下降至90元/平米·月，为近四年最低值。

单一业权写字楼往往散售散租的分散业权型租金更高。

成都写字楼主要发展格局

成都写字楼市场发展轨迹：成都写字楼市场经历了两轮供过于求后步入了高速发展期，产品品质也有了较大的提升，然尔随着城市的急剧扩张和城都综合体的并建，写字楼也步入了一个爆发式的增长期。

原始阶段（1990年以前）

- 行政管理的单位办公楼
- 转石结构建体，不超过8层
- 提供简单的办公场所，附以的通讯手段，大食堂式的午餐服务，传统室式的报刊宣传收发，值班室式的保安清雅等

探索阶段（1990-1996）

- 商住结合
- 电梯公寓
- 成长型中小企业
- 市中心繁华地段，良好的品质、便捷的交通、全新的环境、中档的租金
- 代表项目：标志小区、皇城公寓、温哥华广场、锦江之星、万兴苑

萌芽阶段（1996-1998）

- 成都首个高等写字楼新时代广场交付使用，取得非凡期售业绩，吸引了大量国内外知名企业入驻
- 成都市中心迎来开建十几座高档写字楼项目，第一轮供过于求出现
- 市场消化不良，产生大量"烂尾楼"
- 代表项目：新时代广场
- 发展区域：市中心（顺城大街）

变革阶段（1998-2002）

- 优质项目脱颖而出，成都办公专业化、高端化成为基本需求
- 国际知名企业入驻
- 第二轮供过于求现象出现，项目大多处于二环路内且持续低迷
- 代表项目：川信大厦、远城广场
- 发展区域：市中心（锦马市-顺城大街）

发展阶段（2002-2010）

- 写字楼集群区域形成
- 空置率下降
- 智能化配置，信息网络、高速电梯、较好的物管服务、气派的大厅等写字楼品质大幅提高
- 代表项目：威斯顿联大厦、时代广场、金沙万瑞、方安大厦
- 发展区域：市中心（盐市口、春熙路）、人民南路、东大街

并辖阶段（2010至今）

- 新售编和租赁端供应量井喷，空置率持续走高
- 写字楼更人性化、个性化、生态化、多元化
- 只剩不售的优质项目供应增多；仁恒置地、明宇金融、来福士
- 代表项目：环球中心、中航国际广场
- 发展区域：市中心（红照壁、盐市口）、天府新城

市中心和人民南路两大传统核心区域的中心地位仍未动摇。天府新城受政策和产业的拉动，逐渐崛起，未来发展潜力巨大。东大街猛追直上，发展成熟度已至较高水平。

综述：中心区域升级、新兴区域崛起，规划引导发展，产业聚集效应，从当前的发展来看市中心和人民南路仍是写字楼中心区域，新兴区域受规划指引，都已呈现出其特有的产业聚集效应，已成现出各自区域的特色名片，如东大街的金融、天府新城的软件科技。

市中心的地段地段和资源决定了项目的高价租售，2014年华置广场、银飞中心、成都339等新项目集体入市拉高了市中心的空置率。

发展现状：市中心整体起步发展较早，自身有较成熟的区域配套和板块认知，随着旧城改造，区域再次迎来起势发展的契机。但由于自身土地有限，项目多高端精品。

客户特征：客户构成各种企业性质都兼容，行业上以咨询为主要业务的相关商务服务业、制造业、传输、软件信息技术、批发零售、金融、房地产等构成了主力客户。

入驻企业的数量上，时代广场、国栋中央商务大厦、财富中心、仁恒置地、川信大厦、宏达广场排名靠前。

（摘自吉信行营销部研究部《2015年成都写字楼市场研究》部分）

老总看市

从吉信行监控的数据来看，5月成都市商品住房量价齐升，其中成交价格小幅攀升，成交面积出现两位数的增幅，达到了今年以来单月最高成交量，究其原因或许是：一是得益于较为宽松的政策环境；二是部分股市得利于手房地产；三是改善型产品的持续释放，其中90-130平方米户型占市场总体成交超过41%。随着全国房地产市场回暖成都楼市也在持续升温中，但市场分化有所加剧，表现在不同品质、不同地段的项目。市场表现差异较为明显，而5月市场均价上涨，大部分的原因是因为新推盘的定价较高了市场均价，而部分区域的开发商以价换量的力度还是很大。

在近期推出的优质楼盘中出现了高层项目，如复地金融岛、保利湖心岛、三岔湖等，在中高端市场中关注度高。纵观成都楼市可以发现，当前的高端产品在打造时，除了注重钢筋混凝土所代表的产品核心外，更加注重附加值的体现，而这类高层项目所拥有的环境资源和社区的临水而居，更代表着一种与众不同的品质生活。政外还值得注意的一点是，岛居生活的优势是多方面的，一是岛资源的不可复制和再生，注定了它的稀有性；二是岛居生活是一种健康生态的生活方式，隔离城市的喧闹，无工业污染，空气洁净度高，更实现岛居生活的优质性。正因为岛资源的稀有性和优质性，岛居生活正受到广大成都购房者的青睐。

全国百城均价由跌转涨 未来市场或维持量升价稳

根据中指院发布的数据来看，5月全国百城均价同比由跌转涨，环比降幅也有所收窄，这预示着楼市经历了一年多的调整期后，正在开始出现回暖的迹象。实际上，根据吉信行对市场的监测情况分析，"330"新政细则4月落地，连带降息等利好政策的叠加效应，近期发著市场显的确是出现了一个回暖的趋势，如四新澜岸、伊泰天骄等高端产品的销量也有突破性的上升；但是在刚需市场方面，由于目前新政主要利好客群在改善群体方面，而对刚需客群的刺激上并没有大范围的动作，且受新政中二手房利好面的刺激，近期2年以上二手房集中入市，分流了一部分新房刚需市场的客群，因此在刚需市场成交方面并没有比较突出的表现。

但从最近政策层面的情况来看，除了中央层面的动作之外，各地方政府也在积极做出楼市相关政策的放松性调整，在各省市密集进行公积金政策调整后，5月份有部分省市出台补贴购房政策，如长沙、郑州、宜宾等，对房地产行业的持续效果不断升级，政策环境相对2009年相比更为宽松，这将对市场信心起到很大程度的提振作用，刚需市场由于其客户群体的需求具有刚性，在整体市场预期回暖的情况下，观望时间不会持续过长，因此在未来一段时间内，刚需市场或也将会出现需求的集中释放。但从整体行业发展来看，由于行业进入白银时代，房地产市场平稳发展的长期趋势不会变，因此像2009年那样区域政策松后导致成量价飞涨的现象再次出现的可能性极低。在未来半年内成交量方面可能有所上涨，但价格方面可能仍会维稳为主。

FW Foundway investment
吉信行·方维投资专栏
张先生 13881882242

非正式沟通则是在正式沟通渠道之外的信息交流和传递，它以社会关系为基础，是与组织内部明确的规章制度无关的沟通方式

非正式沟通如何达到有效性

沟通的含义

沟通是信息源通过某种管道把信息（信息、观点、情感、技能）传送到目的地的过程。沟通的目的是为了解决组织中的问题，解决信息不对称的问题，避免中间与不必要的损失。而沟通又分为正式沟通与非正式沟通。正式沟通是指组织通过明文规定的渠道进行的与工作相关的信息传递与交流，他与组织的结构息息相关。非正式沟通则是在正式沟通渠道之外的信息交流和传递，它以社会关系为基础，是与组织内部明确的规章制度无关的沟通方式。通常以"小道消息"的方式传递，可以自由的向任何地方、越过权利等级进行传递。

非正式沟通的优缺点

非正式沟通的优点是：沟通方便、内容广泛、方式灵活、沟通速度快，可以传播一些不便正式沟通的信息，而且由于在这种沟通中比较容易把真实的思想、想法、情绪、动机表现出来，因而沟通提供一些正式沟通中难以获得的信息。

当然它也具有一定缺点，如：非正式沟通难以控制，传递的信息不明确，容易失真、被曲解，而且它可能绕过正式渠道，小道子的盛行，影响员工关系的稳定和材料的减慢力。

所以说小道消息是既可爱又可恶的存在。但如果企业内部非正式沟通得到合理利用和引导，就可以帮助企业管理者获得许多无法从正式渠道取得的信息。在达成理解的步骤中解决潜在问题，从而最大限度提升企业内部的凝聚力。

如何提高非正式组织沟通的有效性

1. 建立良好的企业文化氛围。

在企业中，内部员工以同企业文化，达到人际关系和谐，更有利于员工提高活力。如果企业内部人际关系较为紧张时，人们大多会为了自己的利益应用沟通方式出他人，有与高层，当提高说的人多了，也就变成了谣言。这样便很容易产生非正式沟通的弊端——信息的不真实，甚至是曲解实，更会产生小集体，影响组织的凝聚力和人心稳定，从而影响企业效益。所以为了避免非正式沟通的弊端出现，笔者企业利益，管理者应系统建立企业文化，让员工感到企业像家一样温暖可靠。同事像家人一样亲切，只有营造公平至上的氛围，人们便不会用小道消息进行人身攻击，和以此传统的不良风气出现，甚至会出现做第一心的无谓争斗。

2. 提高管理者的倾听技巧，做一个善于倾听的人。

非正式组织沟通的信息不仅会在员工间传播，也会传到管理者的耳朵里。因为我们知道非正式沟通的信息可以"跨山和大海"在任何地方传播，并不受权力的限制。但传播的信息也许在进入管理者耳朵前时，已经变了味或者out了。那么就需要管理者及时的获取企业内部的有用的小道消息，对不可控制的信息及时控制、澄清。在倾听时，要学会筛选信息，在信息中发现问题，听取员工者信息源的解决方案，不断更新信息及时反馈。

3. 想要影响下属的言行，培养教导不如以身作则。

非正式组织的存在不受权力等级的影响，在管理层也会形成非正式组织，甚至有的管理者会融入企业各层次的非正式组织中，那么想要提高非正式组织沟通的有效性，避免虚假信息的传播，就需要"谈正人，先正己"除决避免为了自身短期利益而在非正式组织沟通中传递不良信息，或听信未证实的信息而随意扩散人。

总结

综上所述，非正式沟通对企业内部凝聚力、团队的形成、绩效都有很大影响，但非正式沟通又不易控制，所以管理者为了提高非正式组织的沟通就必须为非正式组织的沟通提高良好的沟通环境及时抓住有效信息，并对信息进行筛选、分析理解与及时反馈，并以身作则，只有这样才能提高非正式沟通的有效性。

（凡春云）