

名人·名企·名盘
2009 齐鲁地产三名

他们站在时代的浪尖, 勇立潮头
他们推进城市化进程, 居功至伟
他们将人格的魅力镌刻在城市的每个角落
他们是各公司的掌舵人,
率领企业, 乘风破浪, 运筹帷幄,
决胜千里……
他们就是“齐鲁地产风云人物”

深耕济南七年, 阳光100以“更简朴、更自由、更青春”的生活方式, 让选择其中的城市白领完成了人生的华丽转身, 一个关于居住和生活的梦想在“两山一水”的彻底焕颜中, 由理念变成了现实。

作为领军人物, 刘伟用自己的行动实践着楼盘和企业的文化, 他关注客户服务, 成本控制、内部流程、员工成长, 在工作之余, 他和员工“打”成一片, 在公司内部, 很多员工都知道刘总对于篮球和乒乓球的热爱。

在阳光100篮球队, 刘伟是当之无愧的核心先发球员, 也许在外人看来, 跃动的身影似乎与董事长的沉稳身份不相符合, 就是在他的率领下, 阳光100篮球队在争霸赛中所向披靡, 屡创佳绩。2009年, 在齐鲁房地产乒乓争霸赛中, 他一举夺得精英组的冠军。

君子好“球”, NBA、马刺、小牛、乔丹、科比, 他侃侃而谈: 这与做企业一样, 都是在运动中寻找机会。

从篮球理论到乒乓哲学

——专访济南阳光壹佰房地产开发有限公司董事长刘伟

□楼市记者 娇娟

Celebrity SHOW



◎刘伟

大连理工大学工商管理硕士, 现任济南阳光壹佰房地产开发有限公司董事长。

5年教师经历、5年大型企业集团总部管理经历, 2005年1月18日, 刘伟开始了5年房地产生涯。他告诉记者, 他一直是个学习者, 对于业内的标杆, 他都曾去学习过。在采访中, 记者看到, 致力于“用建筑推广一种生活方式”的他, 对于这些企业的研究绝不仅仅停留在表面上。

在阳光100有一个惯例, 每个员工入职的时候, 不一定是董事长谈话, 但是离职时一定是董事长谈话的。“一个人要离开了, 说出来的话, 一般会有所顾忌。在离职员工那里, 他得到了许多建议, 当然, 在岗位优化的过程中, 有的人离开了, 没有牢骚和理由。至今, 阳光100依然保留着离职员工沟通平台, 保持着良好的沟通。”

篮球理论:效率是关键

“篮球场长28米, 当我来回跑4趟还是没有进球, 我感觉有点沮丧。篮球就是这样, 不管你付出了多少艰辛和汗水, 限时不限次的特点决定了这是一项追求效率的运动。”刘伟说。

效率往往与数字互为表现, 在阳光100的七年中, 可以看到这样一组数字: 开发量120万平方米, 入住业主8000户。从2001年9月阳光100斥巨资拿下济南原两大水泥厂1500亩土地整体开发权, 该区域发生了翻天覆地的变化。与大师对话、国际生活方式展、兴济河改造、阳光新路拓宽、小学开学, 一二三四期的分期开发、

阳光快车客户服务中心……提到阳光100, 许许多多的关键词扑面而来。

阳光100以“为城市创造价值”为己任, 实现了居住改变生活的理想。2002年, 几位电视媒体的从业者成为了阳光100的第一批客户, 起初他们谈到阳光100多少带有不太情愿的意味, 但是现在的阳光100已经今非昔比, 提及这里的居住环境、居住感受, 他们流露出的, 更多的是自豪感。在阳光新路板块, 楼盘不可谓不多, 如意苑、世纪佳园、泉景天沅、峰景鉴筑……作为四登“中国房地产品牌价值TOP10”榜的阳光100, 更多地承担

了区域引领者的角色。

目前, 阳光100四期T3即将推出, 其售价也备受业内人士关注。有人猜测其入市价格将会在10000-12000元/平方米, 一个成熟的大社区正在凸显其价值。

“我们也在考虑该区域的城市功能完善和区域配套升级”刘伟说。目前阳光100四期具备了居住、购物、娱乐、休闲、餐饮、健身、办公、金融等功能, 成为区域内的商业综合体。“更简朴、更自由、更青春”的理念下, 阳光100四期同样引导着一种有节奏、有活力、有色彩的“跃动生活”。

乒乓哲学:系统发力更重要

乒乓球比赛, 按照国际惯例, 每局都是限定在11次, 而不管你用了多长时间, 限时不限时, 这与篮球恰恰相反。

“刚开始练乒乓球的时候, 主要的力量都是用在臂上, 甩开膀子, 拉起架子, 时间久了才知道, 系统发力更重要。”刘伟总结道。

乒乓球是一项全身性的运动, 真正的发力从下盘发起, 由踝关节、膝关节到腰胯, 再一直到手腕, 最理想的发力如同链条, 每一节都畅通无阻, 动作协调, 技巧兼顾, 力量传到手上, 作用到球上。

基于这一点, 刘伟更加重视公司战略能力的提升。“我们不仅仅追求数字, 财务指标, 竣工、利润, 我们的目标对接未来, 公司的追求, 不仅仅

有股东回报的要求, 还有客户和员工满意度等多个维度。在2008年年会主题“明晰战略, 慎言敏行”中, 将成本管理、内部流程等都进行了全面的要求, 从竞争力的战略高度, 来关注客户, 关注市场, 关注竞争环境, 关注员工成长。

在公司运营过程中, 阳光100特意进行过管理有效性测试, 并着重于塑造内部核心力, 强化企业文化。目前, 阳光100的价值观已经形成自己独特的, 大家能够共同遵守的规则, 进而成为“企业标准”。“在企业内部管理上, 我们除了做好营销工作, 明确成本控制方向和精细管理工作, 营造积极向上的企业文化氛围, 让阳光100的全体员工都从内心深处认同并自觉遵守公司价值观、制度、行为方

式, 鼓励员工创新与学习, 包容多元文化的企业文化, 从而使企业在较短的时间内获得迅猛发展, 让企业具有强大的内部凝聚力。

在这种强大的内部凝聚力的作用下, 刘伟指出, 公司成长过程中, 创造了更多的价值: 不断满足和引导客户的真实需求, 并持续提供增值服务, 切实为客户创造价值; 不仅实现项目本身的居住环境改变, 更注重提升项目区域价值, 为城市创造价值; 注重推进具有价值创造的管理实务和流程, 反对内部资源的无效耗用和浪费, 并以此对内部管理进行不断改进, 倡导每项工作都以创造价值的理念, 为阳光100创造价值; 倡导公司每一个人在工作中发挥想像力, 多思考不断突破, 实现创新, 为公司创造价值。

赢在发球

“在乒乓球比赛中, 有发球机会意味着先发优势。因此, 发球好非常关键。”谋定而后动, 这与刘伟的球风相似, 沉稳之风与果敢发力兼备。“阳光100从来都不是一个随波逐流的公司, 其定位于城市新兴白领, 致力于时尚社区和产品建设。”刘伟始终坚持企业最初的目标和理想。

如同乒乓球的一张一弛, 每完成一个动作都要回到原点, 进入放松状态, 但大多数人仅仅是手的还原, 而非重心的还原, “这似乎提醒我们, 所有的动作都不能偏离公司的根本战略。这是乒乓的一种境界, 胸中有乾坤, 每一个动作都包含着凝聚力和命中率。”

2009年, 阳光100特别派出管理团队到国内标杆企业学习“客户服务”提高为客户服务的能力, 在2010年公司的工作规划中, 刘伟透露, “客

服务能力”或将成为2010年最重要的战略目标。

在阳光100的发展过程中, “为客户创造价值”一直是阳光100国际新城的核心价值观。2006年初, “阳光100客户服务中心”成立, 每一位业主有了自己的客户服务经理。较之以前的物业管理, 管家式的服务成为阳光100客户服务体系的新台阶。阳光快车客户服务中心推出了首问负责制, 24小时服务热线等服务, 凡是业主家中出现的任何问题, 不管是水、电、暖, 还是设备维修, 不需要找某个部门, 只要告诉自己的客户经理就可以解决所有问题, 在对业主的维修整改与投诉事项受理或处理完毕后, 专门的客户服务人员还对业主的满意度、维修质量及人员服务态度进行电话回访。

在阳光100住宅楼的大堂中, 记

者看到, “阳光宝贝计划”婴幼儿早教讲座正在启动, 据阳光100的业主们介绍, 类似的活动非常多: 重阳节老人免费查体活动、保龄球比赛、“小脚印、大生活”婴幼儿绘画展、拓展训练、马子恺精品画展……阳光100为客户提供的增值服务远远超出了业主的预期。目前, 阳光100在8000名业主、近三万名会员中已经形成了很好的口碑效应, 在四期的销售中, 老客户购买占了相当大的比例。

“做到管理层, 我更加重视终端环节。”刘伟说。终端员工与客户接触, 代表的并非个人本身, 更多的是代表公司为客户传递信息。因此, 把终端员工与客户交流的这个界面设计好和管控好非常关键, 非常重要。

刘总的态度让人肃然起敬, 祝福阳光100, 能把客户放在首位的企业一定会是一个令人尊敬的企业。