



新职场·新技能·新课程丛书
职业课程完整解决方案

中国职业技术教育学会课题研究成果
人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心推荐

环境艺术专业 应用职业技术培训教程

职业实训(二)

本书编写组 编著



个性化
空间设计

中国人民大学出版社





新职场·新技能·新课程丛书

职业课程完整解决方案

New Work Place
New Skills
New Curriculum

环境艺术专业 应用职业技术培训教程

职业实训（二）

本书编写组 编著



中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

环境艺术专业应用职业技术培训教程——职业实训 (二) / 本书编写组编著
北京: 中国人民大学出版社, 2010
(新职场·新技能·新课程丛书)
ISBN 978-7-300-12393-6

I . ①环…
II . ①本…
III . ①环境设计-职业教育-教材
IV . ①TU-856

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 125577 号

新职场·新技能·新课程丛书

环境艺术专业应用职业技术培训教程——职业实训 (二)

本书编写组 编著

Huanjing Yishu Zhuanye Yingyong Zhiye Jishu Peixun Jiaocheng

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	涿州星河印刷有限公司		
规 格	169mm×239mm 16 开本	版 次	2010 年 8 月第 1 版
印 张	20.25	印 次	2010 年 8 月第 1 次印刷
字 数	387 000	定 价	39.00 元

丛书编审委员会

顾	问	刘来泉	宋 建	余祖光
		谢幼琅	洪京一	杨 克
		李维利	曹红波	
编委会主任		沙 旭		
编委会副主任		王文瑾	何 扬	许 远
		孙庆武	张 明	
编委会秘书长		孙庆武	祝智敏	

本书编写组

主	任	沙 旭		
主	编	何 扬		
副	主	祝智敏	孟庆涛	陈立彬
		孙倩倩		
编	委	蔡善媛	冯永年	冀冬生
		袁 兵	李宗伟	
顾	问	束开俊	梁学宏	孙乃海
		王 胜		
美	工	邓梅芳	张 涛	徐 建
		陈永刚		

序

职业教育未来十年要坚持大力发展的方针，建设有中国特色、符合国情、具有鲜明时代特征的现代职业教育体系和制度，加快提高我国职业教育的现代化水平。发展职业教育要坚持以服务为宗旨，以就业为导向，以改革创新为动力，把提高质量作为重点。职业教育的改革和发展，要适应经济和社会发展的需要，提高社会服务能力，提高就业、创业能力，同时要满足人的职业素质和全面发展的要求，来促进教育质量的全面提高。

实行产教结合、校企合作是我国职业教育改革发展的一条根本出路。职业教育的教学改革，离不开校企合作的方式。教育部职业教育中心研究所王文谨同志完成的中国职业技术教育学会发布的课题《行业参与职业院校课程改革的研究与实践——高、中职院校电子信息类能力本位课程》在研究校企合作理论的同时，积极开展试验，以IT企业与职业院校合作的方式深入探讨课程和教材、教学方法的改革，取得了可喜的成果，并开发出职业素质、环境艺术、广告传媒、数码影视、动漫设计、网络工程、网站建设、电子商务共8个完整的职业课程体系，30余个完备的职业课程模块。

这些课程和这套教材从行业企业需求出发，把工作岗位能力融入教学目标，以工作中的实际案例作为教学内容，把问题引入、案例教学、项目整合结合进教学设计，并采用了做中学、参与式的教学方法。这些课程和这套教材在职业院校经过了试用，受到学生和老师的欢迎，也得到了企业的好评。大家认为改革后的课程和教材实现了学生乐学、教师易教、工作实用的初衷。

我对能利用中国职业技术教育学会发布的课题开展如此深入的教学改革研究与试验感到很高兴，也对试点课程和教材的试用成功感到满意，对此表示由衷的祝贺。希望在职业教育中能够开展更多的教学改革尝试，涌现更多的改革成果，使我国职业教育的质量得到大幅提升，以提高职业教育对国家产业发展的贡献率，增强职业教育的社会吸引力。

中国职业技术教育学会常务副会长

刘来泉

序

进入新世纪以来，随着我国经济发展和人民生活水平的提高，我国的职业教育与职业培训事业得到迅猛发展，新的职业、新的技能和技术不断涌现，在这一背景下，《新职场·新技能·新课程丛书》在专家们进行了大量实际调查分析，经过近两年的艰苦努力，终于出版了。开发职业类课程，必须把握好学生的学习动机，养成学生的职业素质，鼓舞学生参加职业实践的意愿。组织职业类课程内容，必须以职业活动为导向、以职业能力为本位。因此编写教材必须深入职场，科学论证，根据对职业活动的分析判断确定的课程内容，加以合理组织。

本丛书的编者“自讨苦吃”、打破常规，摒弃了职业教材开发上长期存在的重理论、轻实践，重学科系统、轻职业能力的弊端，以有关科研课题研究为依托，选择电子信息类的部分专业，共开发了职业素质、环境艺术、广告传媒、数码影视、动漫设计、网络工程、网站建设、电子商务等8套完整的职业课程体系，30余个完备的职业课程模块。这些课程模块融专业能力、职业知识、职业技能为一体，并配备多媒体教学资源。

我非常欣喜地看到，全套丛书合理创设职业情境，以全场景表述手段，将原本深奥、枯燥的专业理论和职业技能，通过生动趣味的职业场景和人际沟通形式，得以直观流畅、浅显易懂的表现和传承。对在校学生和初中级专业技能人员的专业拓展、视野开阔起到积极作用。

本丛书的编写融合了有关国家职业技能标准的要求，适合于职业院校、职业技能培训机构作为课堂教材使用，也可作为本专业技术人员的自学读物。

希望通过有关专家和大家共同的努力来实践先进职业课程理念，构建全新职业教材体系，为我国的职业教材建设尽自己一份力量。

人力资源和社会保障部
职业技能鉴定中心副主任

王建

实践先进职业课程理念 构建全新职业教材体系

——《新职场·新技能·新课程丛书》出版说明

进入新世纪以来,我国的职业教育、职业培训与社会经济的发展联系越来越紧密,职业教育与培训的课程(统称“职业课程”)的改革越来越为广大师生所关注。职业课程理论的研究可谓流派众多、精彩纷呈,有关课程改革的实践也十分活跃。

《新职场·新技能·新课程丛书》就是在这样的背景下组织编写的。任何的职业课程开发实践都不外乎注重调动学生的学习动机,以职业活动为导向、以职业能力为本位。本丛书的编者“自讨苦吃”、打破常规,摒弃了职业教材开发上长期存在的重理论、轻实践,重学科系统、轻职业能力,重策划包装、轻内涵质量的弊端,以中国职业技术教育学会《行业参与职业院校课程改革的研究与实践——高、中职院校电子信息类能力本位课程》课题研究为依托,选择电子信息类的部分专业,深入职场,进行了实际调查分析,根据对职业活动的分析判断确定的课程内容,加以科学组织。本书编委会第一批开发了职业素质、环境艺术、广告传媒、数码影视、动漫设计、网络工程、网站建设、电子商务共8套完整的职业课程体系,30余个完备的职业课程模块。这些课程模块融专业能力、职业知识、职业技能为一体,并配备多媒体教学资源。

一、指导思想

《新职场·新技能·新课程丛书》根据有关课题研究成果和院校长期教学和管理经验,提出了以企业需求为导向的全场景趣味教学模式,即真实市场需求,完全场景模拟,针对分析设计,实战训练过程。学生学习的主线围绕需求→设计→制作→交付四大企业基本工作流程;教材的特点是要能让学生喜欢读、读得懂、用得上;实训教学模式上的特点是人人有活干、人人活不同;主导的教学思想是真实的企业项目驱动、完全的工作过程导向。

二、教材特点

本套教材与企业需求、教学环节紧密结合,教学不再是单向的课堂讲授、而成为双向互动的促进式课堂。主要表现如下:

一是教材以场景模式贯穿始终，可以充分让读者在学习产生兴趣、在兴趣中学到知识、在收获中体验成就。

二是全仿真企业实际运营状况，通过再现工作中的全部环节，使读者全面掌握企业工作流程。

三是多项目分组实训，每组分工完成一个独立的实训项目，培养工作规范和工作技能的同时，充分培养团队合作精神。

四是每个实训项目结束后都有交付和答辩环节，对实训效果检验的同时，进一步提高学员的表达能力和综合素质。

五是作为教材的配套，本丛书拥有成体系的教学指导资料（包括职场指南、教学PPT、教学视频指导资料、企业项目案例等）来开展课堂教学和课后辅导，教学管理部门也要有对应的管理条款来组织各种学制的教学环节并进行考核等。这也就是通常所谓的“立体化”教学产品。

本丛书的编写融合了有关国家职业技能标准的要求，适合于职业院校、职业技能培训机构作为课堂教材使用，也可作为本专业技术人员的自学读物。

本丛书的编审委员会邀请了教育部职业技术教育中心研究所、中国就业培训技术指导中心、中国职业技术教育学会、高等职业技术教育研究会以及从事职业教育教学研究、职业心理研究、职业资格研究、电子信息行业、教材出版领域等各方面专家组成。上述领域的专家、学者均具有较强的理论造诣和实践经验，希望通过大家共同的努力来实践先进职业课程理念，构建全新职业教材体系，为我国的职业教育培训教材建设尽自己一份力量。

丛书编委会

前 言

本教材作为环境艺术专业应用职业技术培训教程,是以“个性化空间设计”为主体的职业实训教材,也是“精细化空间设计”的进阶篇。教材的最大特色是吸收行业专家参与编写,针对行业和岗位需求,从如何真实地体现业主的装饰意愿入手,通过差异化、定制化的设计手法,对一居室、两居室以及办公空间等主流装饰市场的对象进行综合设计。

教材共分为六章,涉及一居室、两居室、三居室以及店面、展厅和办公空间的综合设计。在项目实训的过程中,强化从设计到施工和交付的全部过程,每个章节提供10个完全不同的实训案例,可使得学习者通过团队模式全程实训操作,深度融入设计和工程实施的全过程。对于在校学生和有一定基础的初中级装饰设计人员的综合能力提高有较好的促进作用。教材力求使学习者“学得会,记得住,用得上”。一方面从技术和专业角度给予训练,另一方面还让学习者在实际的工作中从容应对各种复杂的情况,学会从客户职业、背景、需求以及户型、特殊用途角度来考虑和设计,而不仅仅局限于技术层面。同时,通过对工程实施的完整性、项目训练的规范性的训练,引导学习者从容适应激烈的市场竞争。

全书注重趣味性和专业性,通过主人公二毛的职业实践,用生动趣味的情节和流畅的人物交流方式,充分地将差异化、定制化的家装和工装项目进行深入剖析、个性设计。

本书编写融合了国家有关职业技能标准的要求,并列入人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心教材推荐目录。本书适合职业院校环境艺术及相关专业作为课程实训教学和职业技能培训教材,也可作为相关技术人员的自学读物。

本书由孟庆涛、陈立彬、蔡善媛、冯永年、冀冬生、袁兵、李宗伟老师参与编写,孟庆涛、陈立彬、孙倩倩老师对全书进行统稿,何扬、祝智敏负责全书的审定。丛书编委会领导和专家给予了相关指导。由于时间仓促、水平有限,书中难免有不妥之处,恳请读者多提宝贵意见。

本书编写组

目 录

职业情境和角色介绍	1
第 1 章 玩转居家小空间——一居室	3
学习目标	3
1.1 投其所需——背景综述	3
1.2 运筹帷幄——实例引入	6
1.3 井井有条——设计流程	16
1.4 水到渠成——选材配材	35
1.5 分组实训	37
1.6 实训总结	54
第 2 章 两粒种子 一片森林——两居室	55
学习目标	55
2.1 机不可失——背景综述	55
2.2 一鼓作气——实例引入	59
2.3 再接再厉——设计流程	62
2.4 锲而不舍——选材配材	79
2.5 分组实训	80
2.6 实训总结	96
第 3 章 空间整合 大家风范——三居室	99
学习目标	99
3.1 渐入佳境——背景综述	99
3.2 曙光重现——实例引入	104
3.3 拨云见日——设计流程	109
3.4 指点迷津——选材配材	131
3.5 分组实训	136
3.6 实训总结	153
第 4 章 量体裁衣——店面	155
学习目标	155
4.1 捉襟见肘——背景综述	155
4.2 汗流浹背——实例引入	159
4.3 踏破铁鞋——设计流程	162
4.4 穿靴戴帽——选材配材	184

4.5 分组实训	187
4.6 实训总结	205
第5章 二毛的战斗——展厅	207
学习目标	207
5.1 雨中巧遇——背景综述	207
5.2 临危不乱——实例引入	213
5.3 困境突围——设计流程	217
5.4 战备物资——选材配材	241
5.5 分组实训	245
5.6 实训总结	263
第6章 硕果累累——办公空间	265
学习目标	265
6.1 苦尽甘来——背景综述	265
6.2 好问则裕——实例引入	266
6.3 只争朝夕——设计流程	269
6.4 满载而归——选材配材	283
6.5 分组实训	284
6.6 实训总结	309



职业情境和角色介绍

职业情境

阳光明媚，晴空万里，朝气蓬勃的二毛带着对未来的憧憬走出了校园。一想到马上就能将几年时间积累的满腹知识应用于实际工作，二毛心中有几分欣喜。然而，一切似乎并不像二毛想象的那样顺利。应聘了几家设计公司，都被人力资源部门一句“我们这个岗位需要有2年以上工作经验的人”而拒之门外。二毛没有气馁，他已经做好从基础岗位做起的准备，凭着执著和坚持，二毛终于在某设计公司找到了一份家装设计助理的职位。

刚入职的二毛精神饱满，充满了斗志，对于项目组刚刚开始的一个家装项目表现得跃跃欲试。“我们的客户是一个三口之家，夫妻俩都在医院工作，有一个小男孩现在读小学四年级，要设计的这套房子是三室一厅共135平方米……”项目经理在项目组会议上给大家介绍客户情况，项目组要针对该套户型拿出初步的设计方案。项目经理的话音刚落，二毛就迫不及待地发表了自己的意见：“客厅主色调为白色，吊灯采用淡蓝色调，整体看起来既简约、又高雅。客户一定会非常喜欢的。”会后，项目经理找到二毛，“二毛，刚毕业的学生对吧？设计这份工作对综合素质的要求是很高的，设计首先需要全面了解客户的背景，分析和了解客户的需求。比如对这次医生家庭背景的案子，白色主色调就要慎用。医生本身的工作环境是白色场景，他的私人生活里如果还是这个基调，容易让他感觉走不出工作的环境，在生活中不自觉的精神就会焦虑。家是一个让工作了一天的人自然放松的地方，设计方案必须符合不同的客户的要求，而不仅仅只是我们设计师的个人审美倾向的反映……”二毛跃跃欲试的设计热情被经理的一番话席卷得荡然无存。他下意识地觉得经理说的是有道理的，但是这些想法跟他在学校里接触的设计方法和思维模式似乎又有着很多的不同。“学校教育和社会实践之间真的就存在着这样一道不可逾越的鸿沟？”二毛困惑了。

二毛是个乐观的人，他利用周末时间来到各个书店搜索相关的书籍来紧急



充电。他搜罗了很多本装帧精美、结构清晰的装饰类、设计类读物回家慢慢学习，可是没有多久他又一次遇到了难题。有些书里会详细地解说设计的流程，但是书中似乎都没有讲到客户和经理经常讨论的一些问题，比如项目组里正在对医生家的厨房进行最终的方案确定，对于灶台的高度、抽油烟机的安装高度和宽度、排气管道的安装和吊顶的关系等，都很难在书中找到相关的可以借鉴的信息。二毛意识到，家装设计师这个职业，比自己原先理解的具有更多的内涵。好学的二毛四处寻觅，在朋友的介绍下认识了秀才老师。

秀才老师给二毛做了一次生动有趣、内容丰富的讲解，结合身边真实的设计实例，包括普通家庭的客厅、厨房、卧室、卫生间、阳台、儿童房、店面、展厅等的设计，从实例导入、一步一步地进行设计，到最后的完工交付，秀才都用通俗而精练的语言表述，期间还指导二毛参与实例的具体设计和施工。二毛如饥似渴地不断学习，在秀才愉快、高效的教育氛围中，二毛感觉自己距离这份心仪已久的工作越来越近了。

角色介绍

二毛：一个阳光的职校毕业生，在滨江电脑学校学了一年电脑知识，对室内设计的流程和色彩运用、材料等都有了一定的了解，学会了基本的绘图知识和设计知识，然而没有工作经验，但他好学向上，有一股子干劲，勤奋刻苦，好学认真。

秀才老师：一个善良、热情、博学的人，在二毛的生活中是一个重要的人物，能够照顾二毛，指导二毛，及时地表扬和批评。秀才老师也是一个有脾气的人，很有个性。

祝敏：滨江新科林装饰工程有限公司总经理；精明能干，条理清晰，要求严格；在二毛眼里是个女强人，佩服之余还有敬畏。

李飞：滨江新科林装饰工程有限公司业务经理。

李姐：年轻的白领，有一只宠物狗。

李海：滨江新科林装饰工程有限公司的设计部经理。

端木：滨江新科林装饰工程有限公司设计师，坐二毛办公桌对面，是比较现实的人。

老王一家：一对夫妇，二毛面对的客户之一，男主人是大学教师，女主人是公司职员；一家人喜欢传统文化，爱收藏。

刘先生：中年男子，看上去有些富态，喜欢穿白色的T恤衫，搭配着一条宽大的牛仔裤，脚上穿着一双白色的运动休闲鞋，身边总是带着鼓鼓的皮夹包。

张工：工程部的一员。

李经理：与新科林公司曾有过业务往来，对二毛公司做的项目比较满意，是新科林的老主顾。



第 1 章

玩转居家小空间——一居室



学习目标

学完本章后，学生应该能够：

- ☐ 掌握量房时现场洽谈技巧。
- ☐ 掌握欧式田园效果图制作的技巧。
- ☐ 掌握制作一整套施工图的技巧和规范。
- ☐ 熟悉一居室各个空间的预算项目。

1.1 投其所需——背景综述

九月进入了装修旺季，很多的新楼盘开始交钥匙。公司在几个大的小区布置了展位进行宣传。每位设计师都忙得不可开交。二毛在三个月的实习期完成了客厅、厨房、卧室等单个房间的设计，通过了公司的各项考核，转为一名真正的设计师。

早上一到公司，经理叫住二毛：“二毛呀，你准备一下，带些公司资料，今天城市花园交房，你跟李飞一起去现场做一下宣传。”（李飞是业务经理）

二毛愣住了：“不是转成正式设计师了吗？怎么是去跑业务。”

“哈哈！你坐在公司等，客户会白白送上门来吗？城市花园今天交房，各公司的员工都在那抢客户。你是以设计师的身份去做宣传，业务员拉到客户，你



就可以马上去量房设计。光靠业务员留个电话是接不到单的。”

二毛带上公司资料和量房工具，骑电动车来到城市花园，已经九点多了。城市花园今天真是热闹，还没到小区门口就看到很多的彩旗和太阳伞，很多装饰公司和材料商摆上了展位进行宣传。物业公司门前挤满了人和车，各个公司的业务员忙着拦客户发资料。

但客户们都没有心思去看各种展品，而是各自跟着物业，去现场验房。业务员们不管三七二十一，看见客户就递上资料，客户们只好一边接着资料，一边说“好好，我们先看看”，匆匆去了自己的新房。但业务员们穷追不舍地跟在后面，“我们公司是免费量房、免费预算、免费设计，我们设计师就在现场，要不让我们设计师先给您设计设计，完全免费的……”

李飞带二毛来到自己公司的展位。

“大家辛苦了！有几个客户了？”李飞向自己公司的几名业务员询问。

“留了两个客户电话，但都推脱验房办手续没空，过两天再设计。现在不像以前了，免费量房和免费设计对客户已经没一点吸引力。你看那几个客户还没下车呢，几十个业务员就把车层层围起来了，这阵势，如果我是客户也没心情找他们设计。”一个业务员指着小区门口一群人说道。

“是啊！现在装饰竞争很激烈，过多的促销活动已让客户对业务员产生了不信任和戒备心理。但咱们不能只强调客观原因，客户的房子最终还是要装修。别的业务员能拉到客户，咱们也应该能拉到更多的客户，做得更好。大家要发挥自己的最大潜力，把客户拉过来，交给设计师去量房设计。”李飞给业务员们打气。

李飞讲完大家就分头找客户。忙碌了一天大家只留了三个客户的电话，而且没有一个客户让去量房。二毛本以为：现在是最适合装修的季节，今天第一天交钥匙会有很多要装修的客户。现实却相反，一天下来没有谈成一个单子。

下午四点，公司通知所有员工回公司开会。快到五点时，会议室坐满了公司员工。

“请大家安静，没来的咱们不等啦！会议现在开始。金九银十，九月是装修的黄金季节，交房的小区大大增加。但从这几天的营销情况来看，收效很不理想。今天的会议有两个议题：一是分析家装市场现状，二是讨论制定下一步营销方案。下面由李飞经理介绍家装市场现状。”总经理祝敏对会议进行了安排。

李飞翻开笔记本讲道：“这些天我一直在公司各小区的宣传点，亲眼目睹了竞争的激烈和现在营销活动的不理想。我简单总结以下几方面：

（1）电话营销，售楼与物业把业主电话卖给装饰公司和材料商，导致这些业主每天可能会接到几十个营销电话，传统的电话营销方式已让客户很反感。

（2）现场宣传，征集样板间和打折优惠等过多雷同的促销活动已让客户对

业务员产生了不信任与戒备之心。交房前的小区营销，无法达到预期效果。”

“现在每个公司都在做征集样板间、九五折优惠等类似促销活动。这些优惠对客户已经失去了吸引力，而且过多的促销电话使客户产生了反感。我认为在征集样板间上公司应加大优惠力度，成本价装修，先在其他公司前面多征集几套样板间；有了开工的样板间，我们在这个小区宣传力度就会大大增强。”一名业务员提出了自己的观点。

“我说说我的想法，现在有很多材料商像地板、壁纸等也在小区设展位宣传，我建议和他们合作。例如：买5000元地板送1000元装修，这1000元由咱们公司和材料商共同承担。这样不仅能从材料商那里得到客户，更重要的是材料商也同时给本公司做了宣传。”

.....

会议室里，每位员工都积极发表自己的想法。最先介入客户的装修，是所有促销活动的最终目的，大家对如何介入进行着激烈的讨论。二毛认真听着同事们的讨论，想到了小区现场物业带着客户去验房，如何验房是客户目前最犯愁的事。二毛灵机一动：“我刚想到一个促销办法，为客户提供免费验房。每位业主拿到房子时都想知道自己的房子质量如何，哪里有问题，但业主大多是外行，看不到房子的问题所在。如果我们提前电话预约这些交房的客户，为其提供免费验房，我想他们会很高兴接受。帮其验房后，再量房做设计，他们也就不好意思拒绝啦！”

“很好！二毛的这个想法很好。”二毛的这个想法让祝敏喜出望外，“低价与成本装修这些促销已经使公司之间形成了恶性竞争，对公司不利，而且收效很差。明天我就找一名验房师来咱们这，对一部分设计师进行培训。现在交房的楼盘一个接一个，行动要快。李飞，会后你立刻调整所有营销方案。”

“好的！祝总，会后我立刻调整。”

.....

会议结束后，李飞加班调整了所有的营销方案。针对即将交房的客户，利用免费验房，介入客户装修中，把原来的征集样板间与打折优惠作为跟进促销手段。

第二天，二毛等十位设计师在公司参加了一天的培训，学习了基本的验房知识和验房工具的使用。下午四点，业务部通过电话营销，已经有三十多名客户预约验房，其中有十三个客户明天交房。祝敏把这些客户分给今天培训的设计师。二毛由于刚转正，缺乏独立接单的经验，经理只安排了一个客户给他。

下班后二毛从公司领了一套验房工具（二毛住的地方距离城市花园很近，早上就不用来公司，直接去城市花园）。晚上二毛又把验房的技巧温习了一遍。

闹铃六点钟把二毛叫醒，第一次接整套居室的单，二毛格外认真，洗刷后早早地来到了城市花园的公司展位。

“请问哪位是设计师二毛？”九点时一位年轻的女士来到公司展位询问。

“您好！我就是，是李姐对吗？”二毛立刻上前打招呼。

“是，是，昨天你们公司给我打过电话，我马上去物业领钥匙，对验房我是一点不懂；麻烦您帮忙，再帮我设计一下。”

“您太客气啦！为客户提供一流的服务是我们的宗旨。再说验房对我们来说也是举手之劳。”说完二毛拿起了验房工具。

“我帮你拿一个，”女业主接过二毛手中的验收工具箱，“咱们先去物业拿钥匙，然后把手续办理一下。”

二毛陪客户到物业办完手续，来到客户的房子里。顺利帮客户验完房，找出了许多问题：入户门没装猫眼，窗户与墙体间没打密封胶等。物业的工作人员对这些问题做了详细记录，承诺一周内全部修好。

1.2 运筹帷幄——实例引入

送走了物业工作人员，客户对二毛非常感激。

“二毛！太感谢你了，要是没你帮忙，我一个毛病也难找到。”

“不用客气，我们装修的施工验收比这要详细严格多了，一眼看到这些问题对我们来说小菜一碟。”二毛间接告诉了客户自己公司施工要求的严格。

“下面就麻烦你看看我家怎么设计。”

“我会尽最大努力设计好，下面为了全面了解咱们家每个空间的设计需求，



我做了份《量房信息登记表》，包含了每个空间所要做的设计。我们按《量房信息登记表》上的项目逐个空间去设计，好吗？”二毛拿出两份《量房信息登记表》，一份递给客户，一份自己拿在手中。

“这表格很好，为我们客户想得很周到。就按这些项

目逐个谈，思路清晰。整体的装修风格我想装成欧式田园风格。”