

地产策划实施指南



[地产策划实施指南 下载链接1](#)

著者:决策资源集团房地产研

出版者:建筑书店（原建筑社）

出版时间:2007-5

装帧:

isbn:9787112091959

《地产策划实施指南》是一部超容量实用地产策划实施指南，以图表化、条列化的形式详细介绍了地产策划构建营销体系，项目定价、内部认购、开盘、推广和为项目造势的六大环节及在此过程中需重点把控的五大关键要素，同时收录一个来自一线的、完整的地产策划案，从整体部署及细节执行上双管齐下，给出完整的应用方案。另针对地产策划人最为头疼的滞销楼盘，首创滞销楼盘全方位诊断系统及滞销风险防范技巧，论述深入浅出，案例丰富翔实，启发与借鉴双效送达。《地产策划实施指南》可作为住宅地产全程策划的实施指南，适用于从事住宅策划、开发、销售的从业人员。

作者介绍:

目录:

上部地产策划6大环节核心焦点：如何让楼盘高效聚客环节01三大步法迅速构建高效营销体系 步法一：整体部署房地产销售工作 步法二：设计房地产项目营销渠道 步法三：选择最优代理公司

附件：开发商与代理商的合作模式环节02把握三大要点准确为项目定价

要点一：确定房地产项目定价的目标与原则 要点二：选择最优的房地产项目定价方法

要点三：掌握房地产项目定价策略环节03四步成功操作项目内部认购

第一步：选择适合的内部认购方式 第二步：规划好内部抽签认购流程

第三步：精细化内部认购部署 第四步：确定内部认购工作思路

案例：某项目内部认购实操环节04六大招术确保成功开盘 招术一：准确把握开盘时机

招术二：以快制胜的开盘法则 招术三：精细化操作开盘制胜

招术四：用灵活实惠个性化付款方式开盘聚客

招术五：培养一个具有较强执行力的销售团队 招术六：不间断地进行广告信息传播

案例：某项目开盘策划总执行方案

附件：国内房地产按揭操作模式环节05三大实战法则高效推广楼盘

法则一：提炼与众不同的项目卖点 法则二：多渠道高效推广

法则三：建立项目推广实战程式 案例：金香林一期推广策略

附件：广告公司选取操作文本环节06三大策略刺激市场需求为项目造势

策略一：最大程度地做好活动营销 策略二：充分运用(4C)营销组合策略

策略三：灵活设计促销组合方案 案例：深圳湾畔经典造势活动演示

附件：如何撰写促销活动方案下部操盘实战6大讲堂讲堂01走出房地产营销策划的八大误区 误区一：卖点越多越好卖 误区二：广告越多越有知名度

误区三：好概念等于好价钱 误区四：“低开高走”无往不胜

误区五：售楼处必须有样板间 误区六：开盘期最重要

误区七：佣金越高销售团队越好管

误区八：竞争对手妨碍楼盘销售讲堂02服务营销必修的五项内功

内功一：高度重视服务取胜策略 内功二：充分展示服务质量

内功三：搭建客户服务平台 内功四：建立顾客满意模型

内功五：灵活运用服务营销战术讲堂03成功卖场包装的四大秘籍

秘籍一：充分利用卖场的(MAF)D策略 秘籍二：通过布局细化组织卖场

秘籍三：设计一个吸引买家的售楼处

秘籍四：充分包装样板房讲堂04销控制胜的三大密码

密码一：了解房地产销控的基本原则 密码二：强力实施销控策略

密码三：分阶段操作销控讲堂05让滞销楼盘起死回生的四种谋略

谋略一：从滞销原因寻找突围途径 谋略二：开盘滞销要做全程分析

案例：项目Y“变身法” 谋略三：中期滞销要分阶突围 案例：项目T成功解套策略

谋略四：尾盘要快速盘活 案例：项目J个性化主题降价分析

附件：避免滞销的十大技巧讲堂06操作销售策划的七个关键点

关键点一：社区要有鲜明的主题概念 关键点二：结合特色准确定位项目

关键点三：翔实有效的销售整体部署 关键点四：建立项目销售体系

关键点五：不落窠臼的营销手法 关键点六：各有针对的广告策略

关键点七：精致包装项目卖场

• • • • • (收起)

[地产策划实施指南_下载链接1](#)

标签

策划

房地产

地产文案类

地产

评论

[地产策划实施指南_下载链接1](#)

书评

[地产策划实施指南_下载链接1](#)