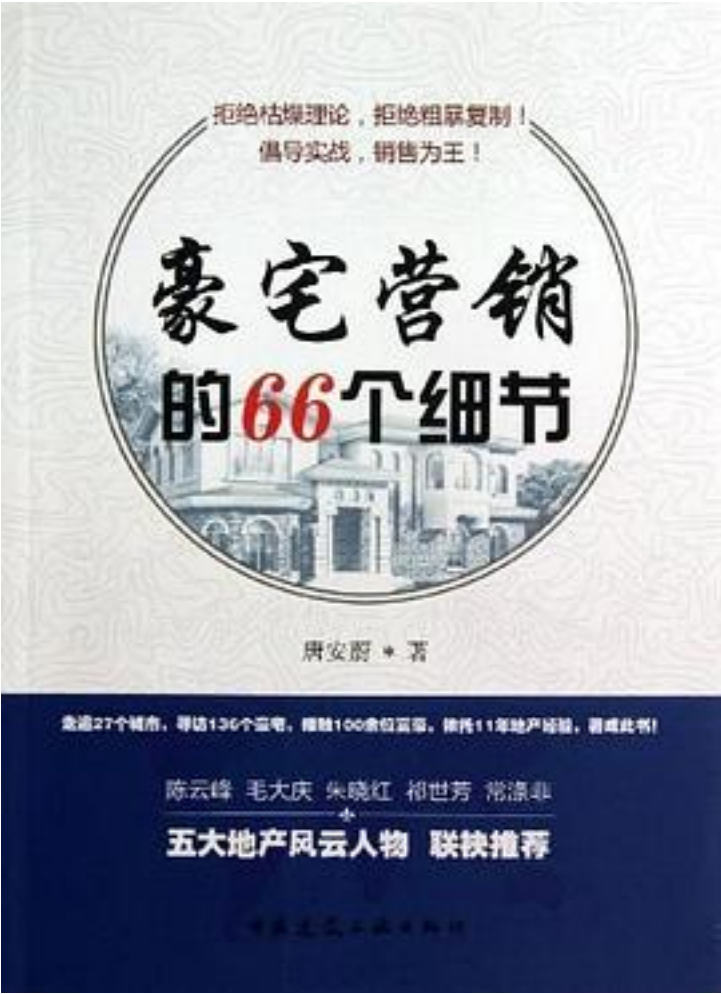


豪宅营销的66个细节



[豪宅营销的66个细节_下载链接1_](#)

著者:唐安蔚

出版者:中国建筑工业出版社

出版时间:2013-10-1

装帧:平装

isbn:9787112157068

编辑推荐

《豪宅营销的66个细节》编辑推荐：别墅和高端公寓作为住宅价值链上的终端产品，以其无可取代的资源私有化和严苛的产品细节得到了高端客群的垂青。其对应的细分市场与普通住宅有很大的不同，直接影响到产品设计、推广策略、价格策略等一系列动作。

名人推荐

我一直从事房地产营销工作，读了不少房地产方面的书，但当我仔细地读完唐安蔚先生写的《豪宅营销的66个细节》书稿，我很是认同。因为这不是一本理论书籍，它系统地总结了实战操盘细节，有完全的实战性，实际上是一本房地产营销的培训教材，对于高端住宅的定位、策划、营销有很强的实用性。

——陈云峰 中国房地产经理人联盟秘书长、华业地产副总裁

作为中国房地产经理人联盟的轮值主席，我热情推荐唐安蔚先生写的《豪宅营销的66个细节》一书，书写得很专业、很细腻、很实战、很条理，总之一句话：很有价值！我会要求万科营销系统学习这本书，把产品与营销细节做好！

——毛大庆 万科集团执行副总裁、万科北京总经理

这本书是唐总走遍27个城市，寻访136个豪宅，接触100余位富翁，依托11年地产经验，编成的心血之作。看完之后，有一种“嫉妒羡慕恨”与被“一浪拍在沙滩上”的感觉！如果我正在主持编著的《中国豪宅体系价值标准》是一种关于豪宅的结构式的体系价值的勾勒，那么唐安蔚的这本书就是具有实战指导意义的工具书。相信买豪宅与卖豪宅的人都会喜欢这本书！

——朱晓红 豪宅研究院院长

作者介绍:

唐安蔚，房地产高级注册策划师、经济师，中国房地产经理人联盟理事，全国房地产经理人联合会会员、研究员，中国青年作家协会专栏作家，国家认证高级房地产职业经理人，曾获得“中国十大杰出营销策划总监”称号，先后服务于万科集团、复地集团、中凯集团、绿城集团等知名地产企业，是国内知名的营销策划专家。从业十余年来，一直致力于豪宅市场以及二三线房地产市场的研究，并担任多家培训机构金牌特训讲师。出版的房地产营销专著有《地产智慧》、《我在镇江做地产》、《上帝在叹息》和《把脉地产营销：二三线城市100个难题100个办法》。

目录: 定位篇

- 细节1：超越居住功能，剖析豪宅的内在价值
- 细节2：中国富豪，有着相似的行为习惯
- 细节3：中国富豪，还希望房子为他们带来什么
- 细节4：定制化产品策略，图纸阶段即销售
- 细节5：联排别墅独栋化，升华产品价值
- 细节6：豪宅也玩“性价比”，偷面积多多益善
- 细节7：高舒适度，让科技凸显豪宅价值
- 细节8：园林景观，它的作用不仅仅是装饰
- 细节9：私家庭院，我们可以为客户想得更多
- 细节10：精装修，感觉，感觉，还是感觉
- 细节11：奢华会所，豪宅附加值的充分体现
- 细节12：大平层豪宅，别墅产品的华丽转身

推广篇

- 细节13：地标，高端豪宅必须树立的开发信念

细节14: 形象定位, 立足本土, 接轨国际
细节15: 大众媒体, 不能直接产生销售, 但离不开它
细节16: 小众媒体, 豪宅推广的必然趋势
细节17: 网络传播, 别以为富豪没时间浏览网站
细节18: 新闻炒作, 豪宅推广的第一要务
细节19: 文化, 它让豪宅价值更有张力
细节20: 名人效应, 引爆市场的捷径
细节21: 教育与传承, 豪宅客户永恒的心结
细节22: 远郊豪宅, “远”是一种方式, 更是一种态度
细节23: 建筑环境学, 富豪置业重要考量点
细节24: 财富论坛, 让豪宅客户乖乖来听课
细节25: 富太太, 购买豪宅的重要决策人
细节26: 工地围墙包装, 豪宅的第一形象

营销篇

细节27: 让置业顾问转变为“销售大使”
细节28: 营销高管, 客户面前的高级销售员
细节29: 土地价值, 豪宅营销的“开场热舞”
细节30: 稀缺, 它让豪宅销售温度不减
细节31: 概念营销, 让给豪宅一个烙印
细节32: 跨界营销, 比圈层营销更胜一筹
细节33: 品牌嫁接, 四两拨千斤的营销手段
细节34: 活动营销, 既要赚钱, 又要赚脸
细节35: 故事营销, 赋予豪宅强大的人文背书
细节36: 夜景营销, 展示营销环境的情趣元素
细节37: 神秘营销, 销售工作暗流涌动
细节38: 开拓并维护“意见领袖”, 他们是编外销售员
细节39: 形象包装, 花了钱得让客户知道
细节40: 工法展示, 让客户在参与中受到震撼
细节41: 售楼处, 既要玩奢华, 又要玩情调
细节42: 营销道具, 匹配豪宅精神
细节43: 样板房, 不仅仅是奢华
细节44: 样板区, 无处不惊喜
细节45: 品质楼书, 最无用的奢侈品
细节46: 邀约客户, 富豪没那么遥不可及
细节47: 礼品选择, 爱不释手才是真
细节48: 自住或投资, 让豪宅告诉客户他的身价一直在增长
细节49: 租售结合, 资源整合, 豪宅价值无处不在
细节50: 异地分销, 传播口径应统一, 传播内容应不同
细节51: 楼王, 它的功效不仅仅是提升价值
细节52: 游泳池, 真的中看不中用吗
细节53: 高尔夫地产, 融合三大项级营销手法
细节54: 私宴, 享受的不是美食, 是平台
细节55: 推盘策略, 少批量, 多批次
细节56: 定价策略, 多以自我为中心
细节57: 营销娱乐化, 不失调性的新型营销手法
细节58: 积累客户, 认筹之后就万事大吉了吗
细节59: 非内地客户, 他们需要被尊重固有的居住习惯

服务篇

细节60: 大客户经理接待模式, 管家式营销
细节61: 客户服务中心, 点滴细节可成金
细节62: 别致服务, 圈定客群, 促进销售
细节63: 物业服务, 豪宅客户的御用管家
细节64: 泛会所, 让服务无限延展
细节65: 私人医生服务, 服务营销新亮点

细节66：给客户的爱车也提供“豪宅”服务
附录一：2008福布斯顶级奢侈品调查
附录二：代表性建筑外立面和园林景观的文化
附录三：各种植物的生态习性及其用途
· · · · · (收起)

[豪宅营销的66个细节_下载链接1_](#)

标签

房地产

房地产营销

豪宅营销

销售

评论

刚好在做豪宅的案子，图书馆看到的就借来了，还不错。

随笔杂谈，大而泛，可以做粗度了解。地产圈的好书确实少。

整体一般，有十几个细节篇章太水

[豪宅营销的66个细节_下载链接1_](#)

书评

[豪宅营销的66个细节_下载链接1](#)