

<<房地产销售>>

图书基本信息

书名：<<房地产销售>>

13位ISBN编号：9787111204725

10位ISBN编号：7111204727

出版时间：2007-1

出版时间：机械工业

作者：周帆 主编

页数：137

字数：809000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<房地产销售>>

### 内容概要

本书紧紧围绕营销的终极目标，分为“备战”“谋攻”“军备”“造势”“作战”等五大部分，房地产营销涉及的所有环节无一遗漏，系统、全面、详尽，并十分注重实际操作，通过“关键语汇——流程图——操作规则与方法——操作注意事项——操作输出——实用图表输出”的顺序，将实用性演绎得淋漓尽致。

本书能为读者提供销售房地产的有效方法和手段，注重扩展产品利润的升值空间，既是打造销售冠军的最佳平台，也是房地产从业者案头必备的营销实战工具书。

<<房地产销售>>

作者简介

周帆，著名的房地产战略家、中国特级策划大师、营销专家、畅销书作家、诗人。

《南方日报·南方楼市》首任主编、《房地产导刊》首任总编辑、广东南方电视台“南方楼市电视杂志”首任主编。

现任中国房地产策划网、中国总裁网、周帆房地产研究中心、海言创新顾问机构总裁。  
创作

## &lt;&lt;房地产销售&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 备战 一 了解你的项目——找出项目“三点” 二 分析项目的可行性——运用自己的判断 三 做好项目财务规划——确保资金流循环 四 确定项目利润目标预算——重利润率轻放入 五 市场调研——面面俱到，重点突出第二章 谋攻 一 项目命名——打造市场第一驱动力 二 与设计师沟通——合谋市场 三 概念设计策略——制造概念经济 四 做好销售规划——形散神不菜 五 售楼现场安排——让细节生动起来 六 制订销售策略——做好A-MCR第三章 军备 一 各项事务的发包与控制——打造房地产辛迪加 二 销售资料制作——实用服从美观 三 售楼道具制作——与楼盘品位对应 四 样板房是桥头堡——为“家”画像 五 销售人员技能训——轮换工作也是培训第四章 造势 一 媒体宣传——重在新闻策划 二 广告制作与发布——变广告为“窄”告 三 让价格成为牵引力——价格没有演绎，只有实证 四 上市时机确定与开盘——念好“生死符”第五章 作战 一 销售管理——让职员看到希望 二 销售考核——过程与结果并重，年度考素质，月度考业绩 三 销售作战实训——描写而不是介绍 四 现场销售实战——气氛第一，成交第二 五 销售控制——销控就是协调 六 促销活动——以促带销 七 参展策略——别做“满汉全席”的缺席者 八 营销诊断——看看每颗葡萄的后面 九 销售总结与反馈——必须做到循环互动附录 名词解释后记

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>