第一图书网, tushu007.com

<<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

第一图书网, tushu007.com

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。

第一图书网, tushu007.com

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

<<房地产销售>>

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

第一图书网, tushu007.com

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