

<<房地产项目销售执行实操一本通>>

图书基本信息

书名：<<房地产项目销售执行实操一本通>>

13位ISBN编号：9787111321200

10位ISBN编号：7111321200

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业

作者：余源鹏 编

页数：335

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>

前言

房地产销售是决定房地产项目投资是否获利、获利多少以及资金回收速度是否迅速的重要环节。

正是由于房地产销售地位的重要性，使得房地产开发商对销售部越来越重视。

要想房地产项目能以更好的价格、更快的速度去化，做好销售前的市场分析、营销推广策划、价格制定与优惠措施策划、销售策划和销售执行是关键。

为了使广大与房地产销售执行有关的从业人员对房地产项目的销售执行有更加深入的认识，经过近两年的研究探索，我们特别策划编写了本书——《房地产项目销售执行实操一本通》。

在本书出版之前，我们也编写过有关房地产项目销售管理方面的书籍，如《房地产一线销售管理》、《房地产项目现场销售管理实操范本》。

但本书与其不同在于：《房地产一线销售管理》是针对房地产销售管理人员提升管理能力的书，它结合房地产销售而引入大量经典的企业管理和营销管理理论，在计划、组织、领导、控制的理论框架基础上，讲述了房地产销售管理的实质内容和正确的工作思路。

《房地产项目现场销售管理实操范本》则与《房地产项目一线销售管理》互补，它紧紧围绕房地产项目现场销售管理的各项实际业务，以实操范本的形式向全国各地的房地产开发商和销售代理商的销售管理人员提供实际可用的业务管理方案。

而本书是针对房地产项目销售执行的书，它除了介绍房地产项目销售策划外，还对销售执行，特别是销售价格的制定进行了详尽的介绍。

<<房地产项目销售执行实操一本通>>

内容概要

本书理论与案例相结合，针对房地产项目销售执行的实用问题编写。

除介绍房地产项目销售策划外，还对销售执行，特别是销售价格的制定进行了详尽的介绍。

内容包括：房地产项目销售前市场分析、房地产项目营销推广策划、房地产项目价格制定与优惠措施策划、房地产项目销售策划和房地产项目销售执行。

本书是全国房地产销售管理人士和售楼员的必读用书，也是广大房地产营销策划人员职业提升的实用读本。

<<房地产项目销售执行实操一本通>>

作者简介

余源鹏，国内知名实战型房地产研究策划人，广州鹏起房地产代理有限公司总经理。20世纪70年代出生于广东省潮州市黄冈镇。本科毕业于哈尔滨工业大学土木工程学院建筑工程专业，毕业于中山大学企业管理营销管理方向研究生进修班。

主要从事房地产实操研究、房地产营销

书籍目录

前言第1章 房地产项目销售前市场分析 1.1 房地产市场分析 1.2 项目自身情况分析 1.2.1 项目基本情况分析 1.2.2 项目建筑规划分析 1.2.3 项目配套分析 1.2.4 项目工程进度分析 1.2.5 项目总体分析 1.3 项目客户群分析 1.3.1 项目目标客户群定位 1.3.2 项目目标客户群分析 1.4 项目竞争对手分析 1.5 项目SWOT分析 1.5.1 项目优势分析 1.5.2 项目劣势分析 1.5.3 项目机会分析 1.5.4 项目威胁分析 1.6 项目产品规划修改建议第2章 房地产项目营销推广策划 2.1 项目营销总策划 2.1.1 项目营销思路的确定 2.1.2 项目营销策略的制定 2.1.3 项目各阶段营销计划的制订 2.2 项目广告策划 2.2.1 项目广告目标的制定 2.2.2 项目卖点分析 2.2.3 项目核心价值提炼 2.2.4 项目诉求点的确定 2.2.5 项目广告主题的确定 2.2.6 项目广告语的创作 2.2.7 项目广告创意设计 2.2.8 项目宣传物料的制作 2.2.9 项目广告的测评 2.3 项目媒介策划 2.3.1 项目媒介分析 2.3.2 项目媒介选择 2.3.3 项目媒介组合 2.3.4 项目媒介投放计划 2.4 项目包装策划 2.4.1 项目基础系统设计 2.4.2 项目营销通路包装 2.4.3 项目工地包装 2.4.4 项目销售中心包装 2.4.5 项目样板房包装 2.4.6 项目宣传形象包装 2.5 项目活动策划 2.5.1 项目告知类活动策划 2.5.2 项目节点类活动策划 2.5.3 项目展会类活动策划 2.5.4 项目节日类活动策划 2.5.5 项目公益类活动策划 2.5.6 项目联谊类活动策划 2.5.7 项目拍卖类活动策划 2.5.8 项目系列类活动策划 2.5.9 项目其他活动策划 2.6 项目推广策划 2.6.1 项目推广思路的制定 2.6.2 项目各阶段推广计划的制订 2.6.3 项目推广费用的估算第3章 房地产项目价格制定与优惠措施策划 3.1 项目定价的方法 3.1.1 成本导向定价法 3.1.2 竞争导向定价法 3.1.3 需求导向定价法 3.2 项目均价的制定 3.3 项目价格策略的制定 3.3.1 项目价格总策略的制定 3.3.2 项目入市价格策略的制定 3.3.3 项目价格公布策略的制定 3.3.4 项目价格调整策略的制定 3.4 项目各单元价格的制定 3.5 项目付款方式与优惠措施策划 3.5.1 项目付款方式策划 3.5.2 项目优惠措施策划第4章 房地产项目销售策划 4.1 项目销售策略策划 4.1.1 项目销售阶段划分 4.1.2 项目销售目标的制定 4.1.3 项目资金回笼预测 4.1.4 项目销售策略的制定 4.2 项目入市时机策划 4.2.1 项目入市时机的确定 4.2.2 项目入市前的准备 4.3 项目销售控制策划 4.3.1 项目销售现状分析 4.3.2 项目房源分析 4.3.3 项目推案计划的制订 4.4 项目派筹与解筹策划 4.4.1 项目派筹策划 4.4.2 项目解筹认购策划 4.5 项目尾盘去化策划 4.6 项目销售执行计划制订与销售费用估算 4.6.1 项目各阶段工作重点的确定 4.6.2 项目销售执行计划的制订 4.6.3 项目销售费用估算第5章 房地产项目销售执行 5.1 项目销售执行时间安排与销售物料准备 5.1.1 项目销售执行时间安排 5.1.2 项目销售物料准备 5.2 项目销售人员的组织与管理 5.2.1 项目销售人员组织架构建立 5.2.2 项目销售现场岗位职责确定 5.2.3 项目销售人员培训 5.2.4 项目销售人员管理 5.3 项目销售情况总结分析附录 《关于进一步加强房地产市场监管完善商品住房预售制度有关问题的通知》

章节摘录

插图：(2) 应对措施1) 开通住户专车，定时往来于城市中心区，增加业主的交通便利。

2) 高层北向单元规划以小户型为主，小户型居家型不多，白天工作为主，家对其只是一个晚上休息的地方，采光对其影响不大。

3) 小区进行封闭式管理，提升小区居住安全性，满足业主的尊贵感。

4) 聘请知名物业管理，提升小区服务水平，为小区增值提供支撑。

5) 小区内设立24h便利服务设施，业主足不出户即能满足日常需求。

6) 小区幼儿园引进中英文双语教育体系，以此为卖点来吸引以儿童教育为主要购买因素的业主的注意力。

7) 园林设计的好坏对项目的定位有直接的影响。

一个好的设计不但是项目高档次的体现，也是高端客户寻求高品质生活的重要保证。

8) 设立与项目定位相符的销售场所，让业主感觉出与其他销售中心存在的差异，形成自豪感。

9) 采用“情感营销”和“人性化营销”相结合的营销方式，通过情感营销拉近客户间的距离，增强其归属感。

运用“人性化营销”来提升项目的档次和服务水平，让客户提前感受今后的居住生活。

10) 在项目定位和营销推广上，确立区域代表性楼盘形象，赋予项目更多的个性内涵（山水共融、健康生态）和人文附加值（名牌高校、中英文双语教育），以此为主诉求点，占领区域高端市场。

房地产项目的机会点主要来自于项目外部的一些不确定因素，但这些因素预期会向着有利于项目的方向发展。

在分析房地产项目的机会点时，可以从以下角度去分析：竞争减少所带来的机会、需求增大所带来的机会、市场空白所带来的机会、商圈转移所带来的机会等。

下面是某房地产项目的机会分析：1) 目前××西路附近开发项目基本已接近销售后期，本项目推出时同类在售物业不多，片区内基本不存在竞争压力，具备片区开发的唯一性。

2) 该区域尚无代表性楼盘，本项目是由高层、多层组成的大型社区。

携规模、规划、产品、区位、环境之利，打造该区域极具代表性的楼盘特性。

3) 本项目地处××小区及××后小区之间，两个小区已形成完善的配套和成熟的居住氛围。

本项目身处两区之间，享受得天独厚的市场成熟环境。

4) 山景的有效利用，通过风情园林的营造及山体木栈道的修建，将人与自然、居住与健康融为一体，通过差异化的宣传推广手段将置业者的眼球紧紧吸引。

编辑推荐

《房地产项目销售执行实操一本通》：市场分析，营销推广，价格制定，销售策划，销售执行。房地产开发公司、房地产顾问策划公司、房地产销售代理公司的广大房地产销售总监、销售经理、销售主管和基层售楼员、置业顾问、业务员以及广大房地产营销策划人士。

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>