

<<房地产全程营销与新思维>>

图书基本信息

书名：<<房地产全程营销与新思维>>

13位ISBN编号：9787112079902

10位ISBN编号：711207990X

出版时间：2006-2

出版时间：中国建工

作者：曾宪斌

页数：461

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>

<<房地产全程营销与新思维>>

内容概要

《清华大学房地产总裁高端培训核心教程：房地产全程营销与新思维》从房地产营销中的观念、市场研究、规划设计、价格策略、销售培训等全过程，点出了老板很容易出现或不容易出现，但都是具有普遍性的困惑和误区。

以“老板”们存在的问题和面临的问题为切入，同时对如何解决作了相应的探讨；还将十年房地产营销亲历的一些个案拿来参照。

本书体例上的另类；观点的偏颇；举例的交叉；或许也是本书新颖之处。

《清华大学房地产总裁高端培训核心教程：房地产全程营销与新思维》共分11个部分，用大量的实例充分阐述了房地产全程营销与新思维。

本书是建立在上一版基础上，并增加了近两年来新政策、新环境带来作者深邃思考的结晶，将其表述为“老板之新观念问题”，其实已不再是问题，而是新的方向。

对业界老板及相关专业人士而言，此书开卷有益，是毋庸置疑的。

<<房地产全程营销与新思维>>

作者简介

曾宪斌，清华大学特聘教授，历任：房地产时报总编辑，中国房地产报专家团专家，万达集团总策划师，刘永好及新希望集团地产总策划。

国内几十家大型地产公司总策划师或首席顾问。

业绩：主持或参与全目百余个房地产项目，其中，如广州翠湖山庄、白云高尔夫花园、金桂园、佛山怡翠花园、成都花园、锦官新城、昆明日光海岸、长春明珠、宁波世纪城、青岛天泰馥香谷、大连星海人家等数十个项目均为当地或全国明星楼盘。

曾创下年库销售20亿元的业绩。

<<房地产全程营销与新思维>>

书籍目录

第一部分 老板之观念问题第一篇 市场困惑一、“牛市”困惑二、“泡沫”困惑三、人世困惑四、住宅郊区化困惑五、大盘困惑六、复合地产困惑七、城市运营商困惑第二篇 项目运作观念49个“不”一、前期项目策划二、品牌策划三、产品品质策划四、销售与推广策划第二部分 老板之功利问题第一篇 功利营销问题一、功利营销的基本特征二、功利营销的具体内容第二篇 品牌营销问题一、品牌营销的基本要素二、品牌营销的差异产品三、品牌营销的产品认同第三部分 老板之品牌问题一、品牌之概念二、品牌之含义三、品牌之误区四、品牌之推广五、品牌之危机六、品牌之意义第四部分 老板之创新问题一、创新之误区二、创新之内容第五部分 老板之规划问题一、规划误区的主要表现二、规划设计的十大基本原则三、规划产生的科学流程第六部分 老板之销售问题一、房地产销售管理的误区二、老板销售问题之价格策略三、营销人员的四个层次四、怎样成为一名成功的营销专才第七部分 老板之策略问题第一篇 大城市与中小城市房地产开发的营销策略上篇 大城市房地产营销策略下篇 中小城市房地产营销策略第二篇 中小企业房地产开发营销策略中小企业房地产开发营销策略第三篇 大小盘营销策略一、小盘营销策略特点二、大盘营销策略特点第四篇 高低档盘营销策略一、高档楼盘客户的关注点与敏感点二、中低档楼盘客户的关注点与敏感点第八部分 老板之新观念问题第一篇 土地的新时空观第二篇 点金成钻——实现土地价值最大化第三篇 新营销观第四篇 新规划设计理念第五篇 新销售理念第六篇 新物业管理理念第九部分 经典个案解码第一篇 经典个案解码之一——天泰馥香谷的价格策略一、房地产价格确定的主要方法二、天泰馥香谷价格策略第二篇 经典个案解码之二——成都花园推广全景展示一、轰动性亮相二、升温式蓄势三、强势促销四、持续性关注第三篇 经典个案解码之三——从阳光丽舍看大小盘营销一、大小盘界定二、大小盘特点三、市场调研之定性与定量四、产品类型之定位五、开发周期之快慢六、品牌策略之侧重七、价格策略之弹性八、推广策略之过程九、竞争策略之战术十、市政配套之依赖十一、规翅配套之齐备十二、居所功能之差别十三、小户型的10种人第四篇 经典个案解码之四——从翠湖山庄等三大明星看品牌塑造一、从三大明星到春秋战国二、三大明星标识品牌时代三、三大明星的玉瑾地段四、三大明星的品质水平五、三大明星的品牌意识六、三大明星品牌的快速推广七、概念品牌的定位八、品牌推广的附加值九、品牌与软性推广十、品牌与最佳广告组合十一、品牌推广与公关危机的防范与化解十二、品牌推广与项目包装十三、品牌推广与策划公司及人员的选择与合作方式第五篇 经典个案解码之五——从锦官新城营销策划看大城市营销策略第六篇 经典个案解码之六——从赣州德威蔚蓝半岛看中小企业房地产营销策略第十部分 附件附件一 长春明珠系列软文展示附件二 万达故事系列展示附件三 万达三项承诺八条信誉宣言附件四 成都花园推广软文展示附件五 ××项目详规方案设计任务书附件六 ××项目置业顾问培训计划表附件七 ××项目营销工作实施计划表附件八 成都花园2002年下半年营销策划方案附件九 赣州21世纪理想家园论坛活动要点第十一部分 后记跋编辑语“十加一”评选大奖赛

<<房地产全程营销与新思维>>

编辑推荐

本书从房地产营销中的观念、市场研究、规划设计、价格策略、销售培训等全过程，点出了“老板”很容易出现或不容易出现，但都是具有普遍性的困惑和误区。以“老板”们存在的问题和面临的问题为切入点，同时对如何解决作了相应的探讨；还将十年房地产营销亲历的一些个案拿来参照。本书体例上的另类；观点的偏颇；举例的交叉；或许也是本书新颖之处。全书共分十一个部分，用大量的实例充分阐述了房地产全程营销与新思维。

<<房地产全程营销与新思维>>

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>