

<<引爆地产>>

图书基本信息

书名：<<引爆地产>>

13位ISBN编号：9787806776094

10位ISBN编号：7806776095

出版时间：2003-11

出版时间：广东经济出版社

作者：肖勇

页数：248

字数：200000

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>

<<引爆地产>>

内容概要

在中国，地产活动营销越来越成为值得人们认真研究的一个话题，一门学科。

打开报纸或是电视，精彩纷呈的活动案例扑面而来，或以热情奔放激荡人心，或以质朴温馨直抵人心，手法精湛，技艺成熟，千般幻化，万种风情。

在这里，成功的活动策划不再仅仅是一个简单的技术层面的东西，也不再是单纯的经营活动，它是对项目主体的再创造，它赋予静态的项目和产品以血脉、以内涵、以动态的万种风情、以画龙点睛之笔，或者说正是由于它的参与，作品才算完整。

也许，只有活动策划人才读懂了建筑商的深藏在作品背后的心迹，只有他们才讲出了开发商、设计商潜藏在心里的那种深情，成为他们的代言人。

也正是有赖于他们富于激情和创新的策划，才使得发展商和作品形象深入人心；成功的营销还连接了另一个层面，那就是在万千购买者中，区分出了那一个人群。

也许正是由于一个成功的活动，才使得你恍然大悟，你才明晰了自己的立场和所需。

本书则是将一向依附于产品和项目的精彩营销案例拿出来独立分析，汇集成册，总结他人的经验和智慧，并加以推广，以提高地产活动营销的整体档次，也为房地产开发商、中介机构、广告营销策划以及媒体等业内人士今后开展此类活动提供思路和参考。

本书是传媒资深人士、新业营销与黑弧广告等团队大脑激荡、碰撞，在大量的案例中认真筛选、精心提炼的成果。

注重案例，注重实证，并在鲜活的、扎实的第一手资料基础上进行理论探讨，具有一定的实战性和指导性，这是本书值得一提的特点。

作者简介

肖勇，1968年8月出生于新疆，1989年毕业于贵州大学中文系。

曾任中央人民广播电台记者，现任深圳特区报广告部常务副总经理，为业界较有影响地产营销策划专家和媒体专家。

2003年被评为中国房地产主流媒体十大最具推动力人物。

总策划和主编“南中国地产营销实践丛书”之《引

书籍目录

南中国地产活动营销经典记录 序一：地产营销 天宽地阔(顾云昌) 序二：新闻创造价值(王志纲) 第一部分 让“活动营销”生动起来 理论尝试 “活动营销”的根本 房地产“活动营销”策略概括 “活动营销”的基本分类 “活动”计划的主要内容 “活动”计划制定的依据 “活动”策略设计的关键 综述 第二部分 经典战例篇 1 一个惊动世界的策划：我们邀请克林顿 2 波托菲诺，照进了意大利的阳光 3 世纪村，两块石头砸开市场大门 4 丹枫·白露，酒店式公寓打通融资血脉 5 亚华·香舍花都，全程营销观照始终 6 骏景高尔夫花园，S.S.HONE快乐生活之旅 7 熙园，六十年代生人开启豪宅市场 8 桃源居，名校成就大盘神话 9 半山海景别墅，玩转“财富”魔方 10 阳光带·海滨城，借海归对话塑海派气质 11 百仕达花园8号，包机送你游日本 12 海语论坛，贩卖“蓝色盐田” 13 深圳西部海滨，一场另类的“海湾决战” 14 创意地产，与足球联盟 15 红树西岸行动，中国楼市最大的“美人计” 16 惠兰雅居，巧打健康牌 17 铺王大会，激荡创富风云 18 都心运动，发现催生经济的新热点 19 中心西区，一个宣传论语的诞生 20 万科金色家园，“泛会所”启动万科都市物业 21 金色都汇，瞄准金领一族 22 太古购物广场，锵锵四人论财富 23 锦绣江南，万人异地领略江南情 24 世茂滨江花园，天价豪宅全球拍卖 25 南海玫瑰花园，国手与你交战 26 保利花园，著名女作家现场笔会 第三部分 精彩记录篇 第四部分 活动营销业界面面观 附录 编后语

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>