第一图书网, tushu007.com

<<地产征途>>

图书基本信息

书名：<<地产征途>>

13位ISBN编号：9787111350620

10位ISBN编号：7111350626

出版时间：2011-7

出版时间：机械工业

作者：李旭东

页数：176

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

内容概要

本书作者是一位有着12年工作经验的房地产业操盘手，他带领着自己创立的房地产咨询公司成功操作了很多项目，从无败绩。
他将自己的操盘策略与心得、对开发商的建议、创业感悟以及从管理者的角度对入行不久的年轻人的寄语写成《地产征途:12年地产营销策划实录》，为房地产营销咨询行业“画像”，描绘了一个成功策划人的成长轨迹，为房地产业及相关从业者深入了解“房地产营销策划”提供了一个生动而鲜活的视角。

作者简介

李旭东，博策堂创始人。
1999年进入地产行业，三年后成为某地产公司营销负责人，之后成立了自己的房地产咨询公司——博策堂。
以“非主流”价值观作为自己的从业守则，坚持“做‘艺术品’而不是‘工业品’”的接单原则，坚持“做大不如做强，做强不如做久，做久不如做精”的公司经营理念，12年始终坚持在工作第一线，自嘲为“干了12年还在自己写报告的老板”。
擅长商业地产、超级大盘和房地产企业的战略规划，被客户认为在地产研发和地产营销等所有环节无一不精、将创新和执行融入每个环节的策略设计者。

<<地产征途>>

书籍目录

前言 策略是个什么玩意儿
一、策略为王
1 策略设计的三种思路
2 策略设计的方法
3 策略制定的出发点是实现目标
4 参照系对于策略制定的重要意义
5 如何撰写年度策略规划报告
6 策略设计者日常修炼三十五法
7 策略设计者收集信息的五大渠道
8 策略设计者的作用
9 策划报告始于结构性思考
10 策略思考的五要素
11 创意一句话，策略一张纸，报告一本书
12 一箭穿心的策略设计
13 策略与执行
14 对房地产策划的另类解读
15 对于开发企业战略规划的思考
16 如何成为一个策略设计高手
二、操盘实战
17 把握“战机”
18 营销管理必须处理好三个问题
19 在销售中培养“观察力”
20 接单原则：当头棒喝，还是诱敌深入
21 卖得快≠价格低
22 地产咨询的两个关键
23 房地产营销攻略十二招
24 操盘前期必知要素
25 开盘必胜的秘笈
26 研究客户需求的一般方法
27 对加息后购房者的心理分析
28 向“二人转”学习如何完成自身推广
29 如何提升营销战斗力
30 如何提高成交量
31 如何打好一次高档楼盘的营销战役
32 房地产营销竞争的层次
33 营销战中常用的五种策略
34 打赢一场营销战的七个必备条件
35 房地产营销中的凿穿策略
36 八步推动你的项目
三、给开发商的建议
37 十面埋伏下开发商的对策
38 房地产市场细分有时候是一种勇气
39 地段为王
40 地产项目如何选择营销活动的明星
41 开发商的春节保卫战

第一图书网, tushu007.com

42 低谷时如何提高销售团队士气
43 如何让一个项目保持持续的竞争力
44 大型房企必须正视模式的两面性
……
四、房地产咨询策划公司的发展之道
五、操盘手的修炼之道
六、给行业新手的忠告
后记 在创业中成长

章节摘录

版权页：究竟以哪个为核心，我要说当战役艰苦的时候，我们就要牛刀杀鸡，哪个都是核心。
不同阶段核心不同，开始策略为核心，然后是创意和媒体，最后是销售。
现在我们需要把每个阶段的核心找到原点，并组合起来。
策略二：兵法。
房地产营销要讲究章法。
如果我们可以从《孙子兵法》、中外战役等兵书和实战中吸收精华和智慧，对我们打好房地产营销战一定是有重大意义的。
以下是可资营销借鉴的兵法关键词：巩固的根据地：对于我们这些做销售的来说意味着，你的上级要信任你，你的项目现场要够强，你的分销一定是有分销点做支持的。
尽管蒙古人的流动作战和刘伯承当年千里跃进大别山都是无后方作战的成功案例，但是我们不得不承认这是弄险，不到万不得已不可轻用。
忍、等、狠的斗争方针：只有根据地建设好之后，我们才可以对敌发动全面进攻，而在开始阶段我们必须以防御作战来忍耐、等待，避免过早进行主力决战。
因为我们的物质是有限的，久兵则力亏，要学会以战养战，要学会速战速决。
进攻：市场是守不住的，所有的精力要放在不断地争取客户上，要把主要资金放在关键部位的攻坚战上，小部分资金打防御战和游击战。
关于攻坚：不仅要解决扫清外围和突破前沿的问题，还要解决好纵深战斗的问题。
攻坚以既是弱点又是要害的地方为突破口，实施突破时最好再从其他两个方面对目标形成包围，争取一次消灭。
关于速度：准备总攻要慢，要充分；开始攻击后要快，一旦突破追击要快，即加快推广力度。
关于态势：当市场形势好的时候，猛涨猛推；当市场冷淡的时候，必须准备充分才能推盘；市场处于摇摆阶段时，完全莽撞或完全不莽撞都不行，首先应迅速找准目标，准备好了再推。
关于团队：3～4个人一个销售组，3个组一个队，3个队一个部。
在销售中要强调销售组的配合。

编辑推荐

《地产征途:12年地产营销策划实录》：为房地产营销咨询行业“画像”，描绘了一个成功策划人的成长轨迹，为深入了解“房地产营销策划”提供了一个真实而鲜活的视角。
策略设计者日常修炼三十五法，策略设计者收集信息的五大渠道，创意一句话，策略一张纸，报告一本书在销售中培养“观察力”，卖得快≠价格低，房地产营销攻略十二招，开盘必胜的秘笈，如何打好一次高档楼盘的营销战役，八步推动你的项目，地段为王，剖析商业地产的七刀，五大要素成就黄金商铺，在消费中学习营销，操盘手的世界里没有“如果”，专业人士应具备的赤子之心。

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