第一图书网, tushu007.com

<<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

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解决的问题为切入，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，是勿庸置疑的。

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。

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

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解决的问题为切入点，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。

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