第一图书网, tushu007.com

<<商业地产招商运营>>

图书基本信息

书名：<<商业地产招商运营>>

13位ISBN编号：9787122116147

10位ISBN编号：712211614X

出版时间：2011-9

出版时间：化学工业

作者：王高翔

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

<<商业地产招商运营>>

内容概要

王高翔主编的《商业地产招商运营(范本案例策划工具)》以商业地产招商运营策划为主，主要包括商业地产项目招商、商业地产模式、营销推广、招商现场管理、招商谈判、招商人员管理、商业地产日常管理等。
此外，本书理论与实际相结合，提供了大量实用表格、工具，可以适当修改后运用。
附录的策划案例则可以从中吸取每一个策划案例的成功要点，在进行项目策划时借鉴。

《商业地产招商运营(范本案例策划工具)》可供商业地产从业人员及策划人员使用和借鉴，也可供即将有志于从事商业地产的人士参考。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

王高翔，知名商业地产策划运营专家，现在深圳一家著名商业地产策略机构任总监职务。
20世纪90年代初进入房地产行业，在房地产策划，特别是商业地产策划招商营运方面具有丰富的经验。
历任深圳中信集团公司品牌总监、湖南省中信城市广场有限公司副总经理(主管购物中心招商、商业街销售)等职。

<<商业地产招商运营>>

书籍目录

第一章 商业地产招商概述
 第一节 商业地产招商四个阶段
  阶段一：开发前期招商
   拓展阅读：写字楼目标客户锁定
  阶段二：开发中期招商
  阶段三：开业招商
  阶段四：开业后招商
 第二节 商业地产招商四大特点
  特点一：解决关键问题、创造价值
  特点二：系统策划、统筹安排
  特点三：招商难度大、耗时长
   拓展阅读：中小项目招商解决方法
  特点四：对从业人员要求高
 第三节 商业地产招商七大原则
  原则一：业态比例合理
  原则二：品牌形象具有统一性
  原则三：业态具有互补性
  原则四：商户开发具有顺序性
  原则五：主力店布局
   拓展阅读：百年老店商家选址宝典
  原则六：特殊商户优惠
  原则七：统一服务
 第四节 招商对象定位四大要素
  要素一：业态定位
  要素二：目标市场
  要素三：主题特色
  要素四：业种、品种组合
 第五节 商业地产招商七大误区
  误区一：盲目定位、不切合实际
  误区二：缺乏整体招商规划
  误区三：期望值过高
  误区四：单纯依靠广告
  误区五：过分强调市场影响
  误区六：缺乏持续经营观念
  误区七：招商工作欠缺执行力
 第六节 商业地产招商十二风险
  风险一：招商过于自信
  风险二：产权销售存在弊端
  风险三：规划招租缺乏科学
  风险四：项目定位不准
   拓展阅读：商业地产项目定位
  风险五：轻信主力店
  风险六：片面追求最大
  风险七：盲目照搬榜样
  风险八：重建筑轻规划

风险九：忽视专业化需求
风险十：交通弊端阻截客流
风险十一：招商不专业
风险十二：招商难度大
第七节 打动商铺投资者六大策略
策略一：叩击心门
策略二：理念创新
策略三：提升性价比
策略四：洞悉心理
策略五：销售方式别样化
策略六：强调保值增值
第八节 商场顶层招商制胜四招
招式一：形成互补效应
招式二：运用专业化
招式三：竞争差异化
招式四：强调品牌店
【范例】某定位高档的商厦招商方案
【范例】某商业街招商策略
第二章 商业地产招商模式
第三章 商业地产营销推广
第四章 商业地产招商现场管理
第五章 商业地产招商谈判
第六章 招商人员管理
第七章 商业地产日常管理
附录：商业地产个术语
参考文献

编辑推荐

商业地产规模大小不一，有大有小。
对于规模庞大的商业房地产，其经营多采用开发商整体开发，主要以收取租金为投资回报形式的模式；对于规模较小的商业房地产而言，大多数项目依然采取租金回收的方式，但国内目前很多商业房地产中住宅、公寓、写字楼等项目的底层和各类商业街、商品市场则采用商铺出售、零散经营的模式。
　基于此，编者王高翔等在多年探索的基础上，做出了一套适合商业地产从业人员和策划人员使用和借鉴的管理工具书。
《商业地产招商运营》则主要侧重于商业地产项目招商、商业地产模式、营销推广、招商现场管理、招商谈判、招商人员管理、商业地产日常管理。

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