第一图书网, tushu007.com

<<地产营销赢在集结>>

图书基本信息

书名：<<地产营销赢在集结>>

13位ISBN编号：9787504739254

10位ISBN编号：7504739251

出版时间：2011-9

出版时间：中国物资

作者：陈昕

页数：216

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

第一图书网, tushu007.com

<<地产营销赢在集结>>

内容概要

本书讲述的是金融危机中某楼盘以全员营销的协作方式、军事化的操作思路最终实现项目热销的成功案例。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

陈昕，1992年毕业于华中科技大学，获工学硕士学位。
1995—2005年，就职万科集团，曾任北京万科副总经理、万科集团企划部总经理等职务。
2005年加盟沿海集团，任沿海地产投资(中国)有限公司执行总裁，并获2010年度(搜房网)中国房地产十大风云人物。

第一图书网, tushu007.com

<<地产营销赢在集结>>

书籍目录

开篇　逆市之下，如何打开销售局面
上篇　房地产突破创新实操演练
　第一步　地产操盘营销备战
　　6　思想1　营销创新的高度
　　16　思想2　营销作战地图
　第二步　产品行销策略
　　33　思想3　远交近攻
　　49　思想4　好钢用在刀刃上
　第三步　市场引爆策略
　　74　思想5　节奏，营销交响乐的指挥棒
　　88　思想6　在那客户群“盛开”的地方
　　99　思想7　警犬般的嗅觉
　　110　思想8　只让客户看开屏孔雀的正面
　　……
下篇　房地产突破创新　组织管理
附录　掌握销售工具，灵活处理销售难题

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

版权页：插图：事实证明，钱并不能解决所有的问题。
研究认为，挖掘员工的内在动力，即每个员工内心都有一种把工作做好的欲望。
能够激起员工内在动力的因素有：让员工在自己的工作中有发言权；管理层要尊重员工；最重要的是，还要有份好工作。
引用赫兹伯格的话说：“你要人们努力工作，就得给他们一个好工作做。
”你的公司虽然提供了很好的健康计划、退休计划和每年4厨的休假，但员工仍未展现出一流业绩。
这是为什么呢？
你应该知道，优厚的薪酬、有薪假期，甚至加薪都不具有激励作用，它们只能用来留住员工，却不带有任何激励因素，各大公司提供很好的福利往往是为了吸引并留住优秀员工。
随便考察一家公司，你都会发现一个员工对公司的价值越大，所享受的福利待遇就越好。
优厚薪酬只能用来留住员工，却不带有任何激励因素。
员工都有自我激励的本能。
员工自我激励能力基于这样一个事实，即每个人都对归属感、成就感及驾驭工作的权力感充满渴望。
每个人都希望自己能够自主，希望自己的能力得以施展，希望自己受到人们的认可，希望自己的工作富有意义。
你要做的就是利用他们的这一本能去激励他们，甚至不需花费分文。
说句实话，金钱只能降低员工的激励度和业绩。
要激励员工，第一，就是去除公司中阻碍员工自我激励能力的负面因素；第二，在企业中开发真正的激励因素，引导所有员工受激励。
要利用员工自我激励的本能，不仅要摒弃以上不利自我激励的做法，而且要发掘真正的激励因素。
通过增加无成本激励因素，即可利用员工的内在欲望，促使他们实现最大的激励度和生产率。
不要费劲地去一个一个地改变，而应该努力去改变公司，减少不利于激励的消极因素，从而充分调动员工的本能，实现自我激励。

第一图书网, tushu007.com

<<地产营销赢在集结>>

编辑推荐

《地产营销赢在集结:房地产逆市营销突破创新的12个思想》：中国房地产困境中第一现场售罄实案分析、新旧思维对比较量，以完美的营销战术重现全员营销组织魅力。
中国房地产全员营销型组织建设开山之作。
营销原来可以如此精彩！
作战地图、雅典娜、诺曼底、大拇指、漠北决战、沙漠之狐、奇袭白虎团、亮剑……非常精彩的操盘实例。
中国房地产企业的营销创新从此上升了一个高度，从技术创新走向组织创新。
营销无处不在，作者用类似于军事战役的指挥艺术，将营销的创新演绎得淋漓尽致。
地产营销赢在集结房地产逆市营销突破创新的12个思想【价值】中国房地产市场危机不断，在危机中寻找生机是开发商必须具备的生存能力。
《地产营销赢在集结:房地产逆市营销突破创新的12个思想》为开发商拓宽营销路径开辟出一条全新的创新型营销之路。
【内容】《地产营销赢在集结:房地产逆市营销突破创新的12个思想》讲述的是金融危机中某楼盘以全员营销的协作方式、军事化的操作思路最终实现项目热销的成功案例。
【形式】全书通过新旧地产营销思路的强烈对比，并再现该项目销售现场的决策及分析过程，为读者提供最完美的营销盛宴。

第一图书网, tushu007.com

<<地产营销赢在集结>>

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