

<<房地产五环一线营销模式>>

图书基本信息

书名：<<房地产五环一线营销模式>>

13位ISBN编号：9787806217382

10位ISBN编号：780621738X

出版时间：2003-11

出版时间：黄河水利

作者：高重恒

页数：197

字数：303000

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>

## <<房地产五环一线营销模式>>

### 内容概要

本书有两大特点：一是通俗易懂，一看就明白；二是比较实用，可以对照自己的楼盘，找出存在的问题。

因为地授课录音整理，所以有些情况因大家都知识而没有详细论述。

实际上，本书是我多年来在房地产营销成功案例基础上的总结，很多都是原汁原味的东西。

作者一直认为，营销既然是一个实践、实用的科学，就不能太抽象、太难懂，而应该将房地产的专业营销知识进行“翻译”式普及，让广大开发商告别“误区”走向专业化的操作之路。

本书内容实际上是用“嘴”“讲”出来的。

## <<房地产五环一线营销模式>>

### 作者简介

高重恒，河南财经学院兼职教授，内地实战派营销专家，从事营销咨询10余年，为许多企业进行过成功的营销管理咨询；在房地产领域，先后主持策划过60余个成功的楼盘，大部分都成为当地畅销的经典楼盘或明星楼盘，并总结出内地房地产各种产品开发的独特营销高赢利模式；擅长

## <<房地产五环一线营销模式>>

### 书籍目录

序言第一部分 开发商的生存状况如何 第一章 一个新开发商的诞生与发展 第二章 一个老开发商的发展与出路 第三章 为什么开发商越来越多 第四章 房地产开发商的“健康状况”如何 第五章 开发商为什么会失败 第六章 如何避免开发商再失败 第七章 能否继续制造房地产的神话第二部分 房地产为什么需要营销 第一章 逼上营销 第二章 房地产营销的五个阶段 第三章 房地产营销的状况与特点 第四章 如何做好房地产营销第三部分 房地产将向何处走 第一章 楼市状况和开发类型 第二章 房地产发展的五大趋势 第四部分 “五环一线”模式第五部分 “五环一线”模式之一——产品研发 第一章 “胎教”理论与楼盘产品研发的三种模式 第二章 产品研发的主要任务 第三章 市场调研的误区和方向 第四章 产品研发的十大程序第六部分 “五环一线”模式之二——楼盘市场推广 第一章 推广的策略、通路和主题 第二章 形象包装 第三章 价格策略 第四章 推广五大阶段和手段 第五章 销售人员的销售 第六章 广告推广 第七章 直接工具传播的推广 第八章 立体推广——销售根据地的建立 第九章 市场推广的调整 第十章 现房销售与尾盘推广第七部分 “五环一线”模式之三——楼盘建筑 第一章 业主为什么要投诉 第二章 楼盘建筑的“三字经”和十大误区 第三章 管理体系和资金体系 第四章 其他相关管理第八部分 “五环一线”模式之四——销售管理 第一章 销售的地位及易忽视的问题 第二章 销售的结构体系、政策体系和营运体系 第三章 销售队伍的组建 第四章 销售管理的十大管理及其误区 第五章 如何利用销售工具和解决销售冲突第九部分 “五环一线”模式之五——物业管理 第一章 物业管理是什么 第二章 何时开始物业管理 第三章 谁来管理物业管理 第四章 如何进行物业管理 第五章 物业管理费的构成 第六章 物业管理的范围第十部分 “五环一线”模式之六——一条主线关于我们

<<房地产五环一线营销模式>>

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>