

《房地产销售》

图书基本信息

书名：《房地产销售》

13位ISBN编号：9787111204725

10位ISBN编号：7111204727

出版时间：2007-1

出版社：机械工业

作者：周帆 主编

页数：524

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《房地产销售》

内容概要

《房地产销售》紧紧围绕营销的终极目标，分为“备战”“谋攻”“军备”“造势”“作战”等五大部分，房地产营销涉及的所有环节无一遗漏，系统、全面、详尽，并十分注重实际操作，通过“关键语汇——流程图——操作规则与方法——操作注意事项——操作输出——实用图表输出”的顺序，将实用性演绎得淋漓尽致。

《房地产销售》

作者简介

周帆：原名周启宽，企业思想家、中国特级策划大师、营销专家、媒体专家、作家。2004年11月被中国策划年会暨首届“诸葛亮”策划奖授予“中国特级策划大师”荣誉称号。

中山大学、四川经济管理学院房地产EMBA兼职教授，
广东工业大学房地产学会高级专家顾问，
中国策划年会专家园顾问，
广东省企业家协会理事，
江西作家协会会员，
“ZF竞争锚”学说创立人。

六十年代出生于江西省余干县的一个小乡村。

成功主持过数十家大中型企业全程营销策划、企业管理模式设计及多家报纸、杂志、电视的经营策划、媒体定位策划、编采模式设计。经其主持策划的企业(项目)遍布全国各大中城市，并担任十余家大中型企业及市(县)顾问。在全国做了100余场培训和演讲，听课者上至省部级官员、CEO、下至普通职员。累计达20000多人次。发表文学作品近百万字、新闻作品千余篇。出版书目有：《售楼经理手册》(最新畅销书)、《房地产全程销售执行手册》、《总经理诡计》(最新畅销书)、《旅游营销方案及公文实战范市》、《服装服饰营销方案及公文实战范市》、《建筑装饰营销方率及公文实战范本》、《房地产营销方案及公文实战范本》等20余部著作。

《房地产销售》

书籍目录

前言第一章 备战 一 了解你的项目——找出项目“三点” 二 分析项目的可行性——运用自己的判断 三 做好项目财务规划——确保资金流循环 四 确定项目利润目标预算——重利润率轻投入 五 市场调研——面面俱到，重点突出第二章 谋攻 一 项目命名——打造市场第一驱动力 二 与设计师沟通——合谋市场 三 概念设计策略——制造概念经济 四 做好销售规划——形散神不散 五 售楼现场安排——让细节生动起来 六 制订销售策略——做好A-MCR第三章 军备 一 各项事务的发包与控制——打造房地产辛迪加 二 销售资料制作——实用服从美观 三 售楼道具制作——与楼盘品位对应 四 样板房是桥头堡——为“家”画像 五 销售人员技能训——轮换工作也是培训第四章 造势 一 媒体宣传——重在新闻策划 二 广告制作与发布——变广告为“窄”告 三 让价格成为牵引力——价格没有演绎，只有实证 四 上市时机确定与开盘——念好“生死符”第五章 作战 一 销售管理——让职员看到希望 二 销售考核——过程与结果并重，年度考素质，月度考业绩 三 销售作战实训——描写而不是介绍 四 现场销售实战——气氛第一，成交第二 五 销售控制——销控就是协调 六 促销活动——以促带销 七 参展策略——别做“满汉全席”的缺席者 八 营销诊断——看看每颗葡萄的后面 九 销售总结与反馈——必须做到循环互动附录 名词解释后记

《房地产销售》

精彩短评

- 1、 看的不多，发现一个很严重的问题。里面的事例太少了。
- 2、 的确很空泛！！！！
- 3、 房地产销售一线的人员往往实战经验丰富，理论欠缺，读这本书可补充不足
- 4、 属于实战型的书,案例比较多.
- 5、 怎么书的封面跟网上不符啊~~~
- 6、 本书对策划和销售是泛泛而谈，实战价值极低，基本没有参考价值，

《房地产销售》

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：www.tushu000.com