

<<全新操盘>>

图书基本信息

书名：<<全新操盘>>

13位ISBN编号：9787561166383

10位ISBN编号：7561166389

出版时间：2012-1

出版时间：大连理工大学出版社

作者：中国房产信息集团，克而瑞信息技术有限公司 编著

页数：371

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>

<<全新操盘>>

内容概要

成功的地产项目前期策划必定是同时满足市场可行性、技术可行性以及经济可行性要求的，并且是在满足这三个条件中交错进行的。

本套书三大核心价值：

针对开发商战略发展及资源进行地产项目的全程策划，打破了传统策划中“为做策划而策划”的脱离实际的做法；

基于全程策划的逻辑理念，本套书从地产项目的前期市场调研、产品定位到后期的开盘、营销都做了精细的实战分解和经验总结；

对于策划实战过程中总结出来的实用性很强的模型，本套书均以直观、系统的流程及图表呈现，可以拿来即用。

<<全新操盘>>

书籍目录

《全新操盘》上册 前期策划

第一章 制定有效策略前的开发商战略分析

一 策略与流程：对开发商战略分析的关键

1. 对开发商战略分析的两大关键策略
2. 开发商土地资源战略分析三大要点
3. 开发商需求切中的十个战略分析关键点
4. 与开发商进行前期沟通的五个关键流程

二 模型工具：对开发商战略分析的必备条件

1. 地产项目制矩阵管理结构模型
2. SWOT战略分析模型及案例
3. 其他常用的六个战略分析模型

案例：××地产公司战略分析

第二章 有效策略形成之前的综合分析

第三章 为开发商商量身定做有效策略

《全新操盘》下册 营销策划

第一章 营销组织建立策划

一 组建营销团队

1. 营销队伍架构分析
2. 销售人员基本技能
3. 销售人员的选拔标准
4. 销售人员的培训

二 管理营销队伍

1. 售楼管理的原则
2. 对销售组织的日常管理
3. 设定绩效考核的原则
4. 设定晋升和淘汰的标准
5. 制定营销队伍的薪金制度

第二章 营销现场包装策划

第三章 广告传播策划

第四章 产品定价策划

第五章 执行开盘策划

<<全新操盘>>

章节摘录

插图：由于土地并非无法复制，而且土地所获得的额外收益并不是为企业所独占的，所以土地本身并不能构成开发商建立竞争优势的资源，真正应该关注的是企业获得土地并且从土地中获得额外收益的能力。

这种能力主要是企业对土地增值水平的判断和增加土地附加值的能力。

企业从土地中获得收益主要来源于两个方面，一方面是土地自身增值的直接收益，例如，某一地块附近将有一条新的地铁线路通过，会大大提升该地块的价值，然而这需要企业对土地的增值潜力有比较全面的判断力。

这种判断力主要来源于企业管理团队在长期经营过程中积累的经验。

这种经验包括对城市整体规划发展的洞察，如交通设施的延伸、城市化进程中新兴商业中心的形成等；对消费群体消费趋向的认知，如伴随着经济收入的提高，人们开始倾向于接近自然、注重生活环境等。

而这种能力具有历史积累的因素，非常复杂且难以领会，它必须作为企业的一个整体来掌握，而非为个人所掌握，一旦企业具有这样的能力，其竞争优势就有可能确立。

另一方面就是通过楼盘的设计等方式，获得高于同等土地的超额收益的能力。

这种能力主要来源于开发商对楼盘建设开发的能力，主要包括楼盘的外观设计、户型设计、配套设施、用材的质量和环保性等创新型开发，而且这些质量或品质上的提高使房地产在获得溢价的同时，还可以获得额外的效益。

如国家目前推动环保和节能建设，那么那些在楼盘建设时推行环保节能概念的开发商无疑会得到比一般开发商更多的关注和支持。

可见，如果开发商没有土地储备，当然是无法运营的，但是单纯依靠不断地积累土地，试图以占有大量土地作为其竞争优势的来源也是非常不可靠的。

因此，开发商应该注重提升自身获取土地以及提升土地价值的能力，这种能力主要来源于获取那些有潜在增值能力的土地，或者在并无增值优势的土地上通过后期建设提升超过市场一般价格的收益，以确立企业的竞争优势。

<<全新操盘>>

编辑推荐

《全新操盘(套装上下册)》编辑推荐：成功的地产项目前期策划必定是同时满足市场可行性、技术可行性以及经济可行性要求的，并且是在满足这三个条件中交错进行的。涵盖前期策划报告、营销策划报告及超过300个实战工具。

<<全新操盘>>

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>