

<<中国热销地产项目营销诡计>>

图书基本信息

书名：<<中国热销地产项目营销诡计>>

13位ISBN编号：9787807288190

10位ISBN编号：7807288191

出版时间：2008-1

出版时间：广东经济出版社有限公

作者：方克城

页数：344

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>

## <<中国热销地产项目营销诡计>>

### 内容概要

兵法云：善战者求势。

新政时代，唯有将“时”与“势”结合，才能势如破竹，决胜于地产江湖。

时，时局也；势，势力也。

本书一方面总结多年来FIP自身成功的操盘模式，另一方面还结合中国各大城市热销的地产案例分析，针对房地产行业在新形势下，如何让地产项目能够决胜于未来，如何“蓄势、夺势、顺势、借势、造势”进行了深入的解读。

本书作为FIP推出的一部大手笔著作，正是这样一本造就地产英雄的书籍。

本书一方面总结多年来FIP自身成功的操盘模式，另一方面还结合中国各大城市热销的地产案例分析，针对房地产行业在新形势下，如何让地产项目能够决胜于未来，如何“蓄势、夺势、顺势、借势、造势”进行了深入的解读。

希望本书能够为您在未来的商战实战中提供专业、系统的指导，成为您博弈地产的强势动力!

## <<中国热销地产项目营销诡计>>

### 作者简介

FIP(中国)商业地产运营机构是一家集商业地产研究、商业项目策划、商业规划、商业业态设计、全案招商、商业营销、商业经营与管理为一体的大型知名专业机构,是国内首屈一指颇具影响力的商业/旅游地产专业运作团队,8年来已成功运作60个大型商业项目。

#### 获取荣誉:

2004年中国十大商业地产策划机构  
2005年中国商业地产十大操盘手  
2006年中国商业地产十大操盘手  
亚太商业地产运营学会会长单位  
广东省商业地产专业委员会副主任单位  
香港商业协会常务顾问

#### 已出版专著:

《中国商业地产全程操作策划指导》  
《21世纪大型商业地产项目顶级策划》  
《21世纪顶级商业地产项目经营解码》  
《中国顶级SHOPPINGMALL全案操作实录》  
《中国旅游地产项目核心执行力》

#### FIP商业/旅游地产项目运作中心:

项目地块商业价值提升策划  
项目商业全案主题定位缔造  
项目商业规划与交通策划  
项目商业业态设计  
商业项目全案营销推广  
项目主力店+主题店招商  
项目开业全案策划  
项目全案经营与管理

#### 中国商业/旅游地产项目研究中心:

项目4C“宏策划”模式  
项目5S垂直营销模式  
项目P·L·P·C招商模式

## &lt;&lt;中国热销地产项目营销诡计&gt;&gt;

## 书籍目录

第一卷 制造胜势——热销住宅产品执行密码 工具箱1：审时度势——热销项目正反定位方案 一、因时制宜 二、顺“时”而动 工具箱2：依形造势——项目产品创新执行方案 一、差异地形，依形而建 二、园林景观，同与自然和谐统一 三、建筑风格，随行就势 案例：A项目“依形造势”设计要点

第二卷 借势造势——独辟蹊径营销攻略 工具箱1：有市强势——整合项目热销经典方案 一、品牌强势 二、蓄势待发 三、全面售罄 四、扫尾销控 案例：南昌B楼盘营销操作方案 工具箱2：弱市借势——弱势项目一举售罄突围方案 一、借势要点，有的放矢 二、借势第一招：产品自身优势的挖掘 三、借势第二招：寻找可借用的外力 四、借势杀手锏——媒体运用 案例：C国际花园项目借势营销策划 工具箱3：无市造势——劣势项目造势突围经典方案 一、锻造强市定位 二、价格造市 三、建立核心价值体系 案例：烟台E新村造势突围

第三卷 渠道先锋——热销项目推广操作制胜战略 工具箱1：渠道畅通，方能水到渠成 指导1：不容忽视的三大要诀 指导2：“陆、海、空”全方位推广渠道全攻略 指导3：热销住宅项目媒体运用的均衡度 工具箱2：吸引市场眼球的媒体推广攻略 指导1：一“名”惊人的市场攻略 指导2：“偷”换概念的推广计策 案例1：北京E社区——新人文精神的复活 案例2：广州F项目——新徽派园林大宅 指导3：攻“新”为上的广告策略 工具箱3：不同定位楼盘推广策略方案 指导1：“航母式”社区楼盘推广策略方案 案例1：上海D项目 案例2：H山庄软文与硬广摘录 指导2：“潜艇式”小区楼盘推广策略方案 案例：I花园预热开盘期营销推广规划 指导3：“快艇式”单体楼盘推广策略方案

第四卷 创新制胜——热销项目营销11计策 第1招：精打细算 第2招：将错就错 第3招：阶梯用兵 第4招：蓄势待发 第5招：虚张声势 第6招：移花接木 第7招：顺水人情 第8招：不同而和 第9招：抛砖引玉 第10招：反客为主 第11招：感同身受

第五卷 统御之术——“烂尾楼”项目起死回生营销攻略 工具箱1：重塑金身 一、探寻造成“烂尾楼”的原因 二、烂尾楼的解套之路 三、烂尾楼的“变身术” 四、“洗心革面”，重塑金身 案例：“J人家”楼盘改造方案 工具箱2：出奇制胜 第一招：突破市场，精准定位 第二招：趋强避弱，放大优势 第三招：网罗市场的价格策略模式 案例：上海某项目的低开高走价格策略 第四招：引爆市场。

绝妙宣传 案例1：某大厦项目的低调宣传 案例2：上海某项目的优势宣传 案例3：某工社的立体广告围攻策略 第五招：速战速决——短、平、快的营销策略 案例1：K372烂尾楼的新生营销策划 案例2：“星期五公社”营销突围

第六卷 凤凰涅槃——“二次包装”项目营销攻略 工具箱1：“切脉”三类滞销楼盘 指导1：住宅产品设计缺陷项目 指导2：外在环境因素不良项目 指导3：营销操盘不当项目 工具箱2：重整旗鼓迎困难 指导1：专业机构扶持项目“上马” 指导2：巧显自身优势 指导3：引导消费个性 指导4：舍“短”取长 指导5：有“错”必改 指导6：“变脸”重现青春 指导7：塑造品牌 指导8：制定营销总策略 指导9：制定强有力的营销进度控制方案 案例：“矫正型”策划拯救L楼盘

第七卷 消灭尾盘——“尾盘”项目销售攻略 工具箱1：尾盘疑难病症剖析 一、把脉尾盘，查看症状 二、寻根究底，探查病因 三、反省自清，消除误区 工具箱2：出奇制胜尾盘销售 策略一：重新定位，拓展新的市场 案例：M楼盘余房销售宣传方案 策略二：核心价值的再度体现 案例：N尾盘核心卖点提炼 策略三：价格技巧，巧得其“所” 策略四：“试试，你就知道”的体验式营销策略 策略五：多方渠道，消灭尾盘 案例：济南O项目的展销会策划 工具箱3：“赢”得人心 尾盘宣传 策略一：情感表现，“赢”得人心 案例：广州P楼盘“幸福生活”系列平面策略 策略二：宣传内容，以实为本 策略三：实效促销见真功 案例1：Q花园的尾盘针对性营销策略 案例2：R花园尾房推广及促销方案 案例3：S楼盘项目营销推广策划案

第八卷 强而避之——“新政”下地产营销计策 工具箱1：解读“新政” 一、2006年4月以来主要政策及内容 二、“国六条”内容与细则 三、解读“新政” 工具箱2：应接新政，各出奇招 一、绕开90/70限制的合理渠道 二、创新设计，增强产品竞争力 三、巧妙手法，合理避税 四、精彩营销，决胜最后 案例1：某楼盘的欲擒故纵营销 案例2：解析北京T楼盘在新政下的热销现象



## <<中国热销地产项目营销诡计>>

### 编辑推荐

《中国热销地产项目营销诡计》由广东经济出版社出版。

<<中国热销地产项目营销诡计>>

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>