

房地产

营销模式与活动策划

FANGDICHAN YINGXIAOMOSHI
YU HUODONGCEHUA

一册在手，房地产营销不再愁！

王禹 ◎ 主编



采用模块化设置，整本书分营销模式和活动策划两个部分；

文中运用了大量的图表，加入了“实战范本”“拓展阅读”等栏目，对各知识点进行丰富和拓展；

充分考虑到现代人快节奏、高压力的工作方式，去“理论化”而重实际操作性，所有知识点使用精确而简洁的方式进行描述。

★★★★★
行业营销与活动策划
实战系列

SPM

南方出版传媒

广东经济出版社

房地产

营销模式与活动策划

FANGDICHAN YINGXIAOMOSHI
YU HUODONGCEHUA

王禹 ○ 主编



SPM

南方出版传媒

广东经济出版社

— 广州 —

图书在版编目 (CIP) 数据

房地产营销模式与活动策划/ 王禹主编. —广州: 广东经济出版社, 2015. 12

ISBN 978 - 7 - 5454 - 4273 - 1

I. ①房… II. ①王… III. ①房地产市场 - 市场营销学
IV. ①F293. 35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 266892 号

出 版 人: 姚丹林

责任编辑: 蒋先润

责任技编: 许伟斌

封面设计: 汪要军

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	湛江日报社印刷厂 (广东省湛江市赤坎康宁路)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	15.75
字数	276 000 字
版次	2015 年 12 月第 1 版
印次	2015 年 12 月第 1 次
印数	1~4 000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 4273 - 1
定价	42.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 37601950 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

|| 前 言

Preface

目前，我国房地产业取得了较大的发展，房地产市场逐步规范和完善，消费者日趋理性和成熟，开发企业之间的竞争也日趋激烈。越来越多的企业开始重视市场营销的作用，把工作的重点逐步转移到研究市场、制定营销战略上来。

房地产属于大宗耐用消费品，消费者在做出购买决策之前往往要经历“提出需求—信息搜集—方案比较—购买决策—购买行为”等几个阶段，每个阶段都需要足够多的信息。所以，房地产企业要使开发的楼盘能够广为人知，并被目标人群所认知，必不可避免地要运用各种营销模式开展营销活动，并运用各种手段进行广而告之。

房地产企业进行传播的手段是非常的多，随着互联网的发展，传播的渠道和方式更是异彩纷呈。许多房地产企业的营销方法也是层出不穷，甚至每逢节假日、新房上市、淡季旺季以及周年庆等各个节点都要组织相应的营销活动。

一次好的市场营销活动可以帮助房地产企业在短期内提高销售额，提高市场占有率，提升企业知名度和增加品牌美誉度。

然而，策划组织一个创意特别、组织严密、客户认可、气氛良好以及业绩显著的营销活动是一件难度极高的事情，许多房地产企业都为之费尽心机、绞尽脑汁，却未必能够取得理想的结果。

本书便是应许多困惑的地产营销策划者和管理者的需求编著而成。本书主要包括营销模式与活动策划两个部分，营销模式主要讲述的是传统营销模式和互联网下的电子商务模式，活动策划主要结合地产业的特点，讲述各项营销活动的策划过程、细节、要点，并且提供大量的行之有效的策划案范本供参考。

本书突出的特点是：

◇模块化设置，全书分营销模式和活动策划两个部分。

◇文中运用了大量的图表，加入了“实战范本”“拓展阅读”等栏目，对各知识点进行丰富和拓展。

◇充分考虑到现代人快节奏、高压力的工作方式，去“理论化”而重实际操作性，所有知识点使用精确而简洁的方式进行描述。

本书在编辑整理的过程中，获得了许多房地产企业朋友的帮助和支持，在此对他们付出的努力表示感谢！

目 录

Contents

第一部分 房地产营销模式

第一章 房地产营销策划知识 2

房地产营销是指房地产商在竞争的市场环境下,按照市场形势变化的要求而组织和管理企业的一系列活 动,直至在市场上完成楼盘的销售、取得效益、达到目标的经营过程。房地产营销是房地产经营中的一个重要环节,而要进行房地产营销工作首先得了解有关房地产营销策划方面的知识,包括房地产营销策略分析、房地产销售阶段策划、房地产销售模式选择等。

第一节 房地产营销策略 2

- 一、房地产营销产品策略 2
- 二、房地产营销价格策略 4
- 三、房地产营销促销策略 5

第二节 房地产销售阶段策划 7

- 一、销售阶段策划的目标 7
- 二、销售阶段策划的主要内容 9
- 三、销售阶段策划要点 12

第三节 房地产销售模式认知 15

- 一、销售模式的类型 15
- 二、传统销售模式 16
- 三、网络营销 17
- 四、房地产超市营销 18



五、旧房换新房销售模式	18
 第二章 房地产销售代理	 19
房地产企业将销售工作交由代理公司完成，由专业人士做专业之事，如此可以整合业界优势资源，在竞争中占领有利的位置。不过，在决定是否代理销售时，房地产企业需要对销售代理公司进行调查，以便明确是否可以将楼盘委托销售，更可以在洽谈时，能够做到胸有成竹。	
第一节 销售代理认知	19
一、为什么要选择代理商	19
二、销售代理模式	20
三、开发商考察代理公司的要点	23
四、选择代理公司的步骤	24
【实战范本】××项目销售代理招标书	25
第二节 与代理商合作要点	28
一、利用好代理商	28
二、与代理公司合作的注意事项	28
三、房地产企业与代理公司合作的常见问题分析	31
拓展阅读 知名房产销售代理公司	33
 第三章 房地产广告营销	 38
如今，“酒香不怕巷子深”的时代已经过去，这是一个讲求品牌的市场，依靠口碑传播已经赶不上市场发展的节奏，大张旗鼓地做广告已经成为房地产企业主要的营销策略。房地产企业要灵活运用各种广告载体，将其予以组合，以期达到最佳的宣传效果。	
第一节 房地产广告基础知识	38
一、房地产广告的定义	38
二、房地产广告的作用	38
【实战范本】房地产创意广告语	39



案例 2014年重庆地产业经典广告投放案例	40
三、房地产广告的种类	42
四、广告策划程序	43
五、广告预算	44
【实战范本】年度广告预算分配表	45
六、寻找广告公司	46
第二节 传统媒体营销	47
一、电台广告营销	47
二、电视广告营销	49
三、报纸广告营销	52
四、杂志广告营销	56
第三节 户外媒体营销	57
一、户外广告的形式	58
二、公交车身广告营销	58
三、地铁广告营销	61
四、电梯广告营销	63
第四章 房地产展会营销	65
国内比较有影响力的房展会是上海房展会、北京房地产展示交易会和深圳房地产交易会。这三个一线城市的房地产展示交易会，都1年举办2次，分别在春（五一期间）秋（十一期间）举行。作为地区性房地产展示、交易平台，主要目的是项目展示、招商引资、研究探讨、政策导向。房展会通常由政府房地产管理部门主办，具有地区性影响力的媒体机构协办。房地产企业要充分利用房展会来进行营销推广自己的楼盘。	
第一节 展会营销认知	65
一、房展会的类型	65
二、房展会的举办时间	66
三、房展会的展出目标	66
四、影响房展会的因素	67



五、网上房展会.....	68
第二节 展会营销要点	69
一、选择合适的展会	69
二、展前物资准备	71
三、制作一份优秀的楼书	71
四、做好展前宣传工作	72
五、展厅布置	72
六、营造销售氛围	74
七、展会人员管理	74
八、展会销售要领	75
九、展后工作总结	76
案例 房展会创意案例	77
第五章 房地产假日营销	79
假日营销是指在节日期间，利用消费者节日消费的心理，综合运用广告、公演、现场售卖等营销的手段，进行产品、品牌的推介活动，旨在提高产品销售力，提升品牌的形象。	
第一节 假日营销认知	79
一、假日促销的作用	79
二、假日促销的要领	79
三、365天假日循环图	80
四、假日促销活动导视	80
第二节 假日营销流程	82
一、市场调查分析	82
二、出台活动方案	83
三、现场执行要点	86
四、活动评估分析	86



第六章 房地产网络营销	87
在20世纪90年代末,户外广告牌、DM单、报纸、杂志广告页曾是房地产企业的主要宣传阵地。从21世纪初期开始,当互联网进入到大众视野后,房产营销便逐渐进入到网络化时代。	
第一节 网络营销认知	87
一、何为网络营销.....	87
二、网络营销的优势.....	87
三、网络推广方式.....	89
四、房地产网络营销策略	90
第二节 网络营销要点	91
一、根据市场需求制定网络营销策略	91
二、在门户网站显著位置设置广告.....	92
拓展阅读 知名房地产网站	93
三、网页内容多样化.....	94
四、运用多种方式进行网站推广.....	94
五、整合互补,网络营销的成长之道	95
案例 网络营销成功案例.....	95
第七章 房地产微信营销	98
现在移动互联网模式正在深入各大房地产企业,其中微信营销成为热门之一,其主要功能有项目展示、楼盘介绍、预约看房、移动销售管理、销售现场管理、微信客服等。	
第一节 微信营销认知	98
一、什么是微信.....	98
二、微信的特点.....	98
三、什么是微信营销	99
四、微信营销方式.....	99
五、微信营销销售平台功能	100



六、微信公众平台功能定位	101
七、人工客服	101
第二节 房地产企业微信营销要点	102
一、建立微信公众平台	102
二、吸引微信粉丝	102
【实战范本】某房地产公司吸引微信粉丝方案	102
三、微信公众平台粉丝维护	103
【实战范本】××地产微信有奖互动活动方案	103
四、微信营销主题策划	104
五、发布内容丰富化	105
六、功能要全面	106
七、传统媒体与新锐媒体互动	106
八、互动环节设置的注意事项	106
九、建立客户资源库	107
十、用微信与客户交流	108
案例 房地产微信营销经典案例	108
第八章 房地产大客户营销	112
大客户业务是房地产企业最为稳定的一块，是许多房地产企业开发商可以积极争取的。一般而言，大客户购房可以占到总销售额的10%左右，贡献率非常大。大客户营销应该是一个团队的努力，开发商及代理商需要团结一致，给出消费者好价格、好服务。相关服务做得越好、越多，大客户就会越多。	
第一节 大客户营销认知	112
一、什么是大客户	112
二、寻找大客户的步骤	113
三、大客户拓展流程	113
四、大客户销售禁忌	114
五、建立大客户差异化服务战略的步骤	117



第二节 大客户营销要点	119
一、让客户100%满意	120
二、“前台”与“后台”资源的整合	120
三、一对一的营销策略	120
四、充分利用大客户的社会资本	121
五、培育“以大客户为中心”的企业文化	121
六、大客户营销战略的问题	121
七、大客户营销战略问题的解决对策	122

第九章 房地产品牌营销

现在是一个品牌消费成消费主流的时代，企业的品牌构建、品牌营销就显得更加重要。如果营销方法和技巧运用得当，可以让品牌家喻户晓，成为人人喜欢的名牌，那么房地产企业该如何进行品牌营销，才能让人们对其房产有更好的认知呢？

第一节 品牌营销认知

一、什么是房地产品牌营销	125
二、房地产企业品牌营销注意事项	126

第二节 品牌营销要点

一、准确的市场定位与项目形象定位	127
二、整合互动的营销策略	127
三、创新的公关策略	127
四、适时运用文化推广与促销活动	128

第二部分 房地产活动策划

第一章 房地产营销活动策划

一个楼盘销售可以不做硬性广告，但是决不能不做活动。尤其是对于陌生区域的楼盘，活动营销是吸引人气、积累客户的最佳选择。而营销活动策划则是提高房地产



市场占有率的有效行为,一份可执行、可操作、创意突出的策划案,可有效提升房地产企业的知名度及品牌美誉度。

第一节 房地产营销活动策划的知识	130
一、什么是房地产营销活动策划.....	130
二、房地产营销活动策划要点.....	130
第二节 房地产典型营销活动策划方案	136
方案01: “情定××堡,给爱一个家”——××地产 促销活动策划方案.....	136
方案02: ××新城1期促销方案(砸金蛋豪礼大放送).....	138
方案03: ××地产周末暖场活动方案.....	140
方案05: ××地产团购活动方案.....	143
方案06: ××园金秋高尔夫活动方案.....	146
第三节 房展会营销策划方案	147
方案01: ××楼盘房交会营销推广方案.....	147
方案02: ××楼盘秋季房地产交易会策划方案.....	150
方案03: ××楼盘春季房展会参展方案.....	153
方案04: ××项目××房展会参展方案.....	157
第四节 房地产网络营销方案	161
方案01: ××项目新浪乐居微博营销方案.....	161
方案02: ××广场项目网络营销方案.....	164
方案03: “2010寻找红人”——万科深圳地产项目微博营销案.....	167
第五节 房地产微信营销活动方案	169
方案01: ××商业广场庆中秋手机微信互动营销方案.....	169
方案02: ××地产微信活动方案.....	171
第六节 房地产大客户营销方案	171
方案01: ××写字楼大客户营销方案.....	171
方案02: ××购物中心大客户营销方案.....	177



第七节 房地产品牌营销方案	179
方案01: × × 商业街品牌营销方案	179
方案02: × × 购物广场品牌营销方案	189
第二章 房地产庆典活动策划	197
庆典策划是指针对庆典活动而做出的一系列专业策划, 包括对庆典活动流程的详细安排、对庆典活动所需物料的筹备等。房地产业通常的庆典策划主要有开盘庆典策划、奠基庆典策划及周年庆典策划等, 同时也包含了一些小型的庆典活动。	
第一节 庆典活动策划认知	197
一、房地产庆典活动类型	197
二、庆典活动组织程序	199
三、庆典活动注意事项	199
第二节 房地产企业庆典活动要点	200
一、前期活动准备	200
【实战范本】× × 楼盘开盘前期活动准备	201
二、物品准备要齐全	202
三、相关部门人员需协调	202
四、做好危机防范	202
五、形成组合效应	202
第三节 庆典活动策划方案	203
方案01: × × 楼盘开盘活动方案	203
方案02: × × 项目奠基仪式活动方案	209
方案03: × × 楼盘开盘周年业主会活动方案	211
第三章 房地产企业公益活动策划	215

公益活动策划包含两个内容: 其一, 是以产品营销为目标, 以社会公益为导向, 以公益主题为载体进行的营销活动策划。其二, 是为公益事业推广 (如慈善基金、公益事业项目、大型公共活动) 而开展的营销活动策划。这两个内容, 往往具有相互渗



透、相互促进的作用。

第一节 房地产公益活动认知	215
一、公益活动常见类型	215
二、房地产企业公益活动营销的原则	217
三、房地产企业公益活动的策划	218
第二节 房地产公益活动策划方案	220
方案01: ××花园阳光助学活动方案	220
方案02: “××地产·为慈善捐款,让爱心飞扬” 慈善晚宴策划案	223

第四章 房地产公司企业文化活动策划

225

企业开展企业文化活动可以弘扬企业文化,丰富职工业余文化生活,让职工在枯燥繁忙工作之余得到调节和缓解,有利于促进职工的工作积极性,增强职工凝聚力和向心力,培育职工的企业归属感和集体荣誉感。

第一节 公司企业文化活动策划认知	225
一、公司企业文化活动类型	225
二、开展企业文化活动的前期准备工作	226
第二节 公司企业文化活动策划方案	227
方案01: ××房地产企业“庆圣诞·迎新年嘉年华” 活动策划案	227
方案02: ××地产年会活动方案	230
方案03: ××地产公司三八妇女节活动策划方案	237

第一部分

01
PART ONE

■
房地产营销模式



第一章 房地产营销策划知识

章前导引

房地产营销是指房地产商在竞争的市场环境下，按照市场形势变化的要求而组织和管理企业的一系列经营活动，直至在市场上完成楼盘的销售、取得效益、达到目标的经营过程。房地产营销是房地产经营中的一个重要环节，而要进行房地产营销工作首先得了解有关房地产营销策划方面的知识，包括房地产营销策略分析、房地产销售阶段策划、房地产销售模式选择等。

第一节 房地产营销策略

中国的房地产市场从总体趋势上看，已经进入以需求为导向的发展阶段，房价逐步向成本价和微利价靠近，市场化程度逐步加深。在市场营销方面，无论是业内人士还是消费者都逐渐成熟，一个概念、一个点子已经难以打动人心。消费者开始注意产品的本身。购房者的经验越来越多，日趋理性；违规项目纠纷的问题及房价的问题使部分消费者更加谨慎。因此，房地产营销的产品策略、价格策略、营销渠道策略和促销策略都必须根据市场的情况进行合理的创新。

一、房地产营销产品策略

房地产营销产品策略是房地产营销首要因素，房地产企业必须营销市场所需要的产品才能生存。房地产市场营销组合中房地产产品是最重要的内容。按营销