

《商业地产操盘攻略系列--商业地产销售运营模式 与案例》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2014年11月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787122216540

编辑推荐

随着国家对住宅地产市场调控力度不断加大，大量房地产企业投资转向商业地产。但是，商业地产过热的背后却暗藏风险，商业地产的投资运营需要警惕“供过于求”和“同质化”的风险。作为商业地产开发商，对于产品结构的调整，必须通过错位经营和类别化特色来提高产品附加值。同时，还要提升管理者的战略规划、设计思路以及运营模式、经营水平、服务质量。

基于此，作者团队在多年探索的基础上，策划、编撰出了一套适合商业地产从业人员、策划人员使用和借鉴的管理工具书，包括：《商业地产销售运营模式与案例》、《商业地产项目策划方案与案例》、《商业地产人员管理与服务细节》、《商业地产招商招租与销售代理》、《商业地产产品顾问与规划设计》、《商业地产广告策划和推广服务》。



《微信公众号营销一本通》

教你在移动互联网时代，如何打造自己的专属微信公众号！

内容简介

本书主要基本涵盖了商业地产常见的销售运营模式，包括传统营销、品牌营销、网络营销、大客户营销、展会营销、项目促销、微营销、尾盘营销、特色营销九个章节。每个章节又分别介绍了各类型销售运营模式的特点、销售模式类型和经典的销售方案。本书在编写的过程中，力求针对九类常见商业地产销售运营模式的特点和操作要点来提出问题、解决问题，体现商业地产可持续发展的要求。本书融理论性、实用性与实践性为一体，既有通俗易懂的理论阐述，又有具体详细的经典营销方案。不但有助于读者提高应用商业地产销售运营的基本概念和基本方法，更有助于读者加深对商业地产项目开发内容的了解和掌握。

作者简介

刘少文，工学硕士，高级工程师，国家注册监理工程师。对房地产项目策划、现场管理、物业管理有较丰富的理论研究和实践经验。曾参与过三峡工程项目论证，担任过国家重点工程专业设计负责人，负责和参与数个深圳房地产项目现场管理。

目录

导读 商业地产销售模式 1

要点一：商业地产营销分析 2

要点二：商业地产销售模式 6

要点三：商业地产假日促销 6

第 1 章 商业地产传统营销 10

第一节 商业地产传统营销认知 11

知识一：商业地产营销组合要素 11

知识二：传统营销的特点 13

第二节 商业地产传统营销模式 14

模式一：中介代理营销模式 14

【实战范本】××项目销售代理招标书 19

【实战范本】××商城项目分销代理合同 25

模式二：自主销售营销模式 29

【实战范本】年度广告预算分配表 30

导读 商业地产销售模式 1

要点一：商业地产营销分析 2 要点二：商业地产销售模式 6 要点三：商业地产假日促销 6

第 1 章 商业地产传统营销 10

第一节 商业地产传统营销认知 11

知识一：商业地产营销组合要素 11 知识二：传统营销的特点 13

第二节 商业地产传统营销模式 14

模式一：中介代理营销模式 14

【实战范本】××项目销售代理招标书 19 【实战范本】××商城项目分销代理合同 25

模式二：自主销售营销模式 29 【实战范本】年度广告预算分配表 30

第三节 商业地产传统营销方案 35

方案一：电视广告营销 35 【实战范本】电视广告合作协议 36

方案二：电台广告营销 38 方案三：报纸广告营销 39 方案四：户外广告营销 40

【实战范本】“××中心”商铺营销方案 41

第 2 章 商业地产品牌营销 46

第一节 品牌营销认知 47

知识一：品牌理论发展阶段 47 知识二：商业地产品牌营销的重点 48

知识三：商业地产企业品牌营销注意事项 49 知识四：商业地产品牌的建立 49

第二节 品牌营销模式 50

模式一：创新竞争营销模式 50 模式二：差别竞争营销模式 53

【实战范本】年度品牌传播工作主要工作项目和时间列表 56 模式三：价格竞争营销模式 57

【实战范本】项目功能定位分析表 61 【实战范本】项目销售价格表 61

【实战范本】媒体推广计划表 63 第三节 品牌营销方案 63
方案一：××商业街品牌营销方案 63 方案二：××购物广场品牌营销方案 71 第 4 章
商业地产网络营销 77 第一节 网络营销认知 78 知识一：网络营销的优势 78
知识二：常见的网络营销方法 79 知识三：房地产相关网站索引 82 第二节 网络营销模式
83 模式一：网站营销模式 83 【实战范本】 84 模式二：网络广告营销模式 90
模式三：商业地产软文营销模式 92 【实战范本】 ××商业广场临街旺铺，全城火爆公开
95 【实战范本】政府整合市场资源全力打造商业航母 96 第三节 网络营销方案 98
方案一：××商业地产企业网站推广运营方案 98 方案二：××广场项目网络营销方案
102 方案三：××深圳地产项目网络微博营销 104 第 5 章 商业地产大客户营销 106 第一节
大客户营销认知 107 知识一：寻找大客户的步骤 107 知识二：大客户服务差异化策略 108
知识三：建立大客户差异化服务战略的步骤 109 第二节 大客户营销模式 110
要点一：让客户 100% 满意 111 要点二：“前台”与“后台”资源的整合 111
要点三：一对一的营销策略 111 要点四：充分利用大客户的社会资本 111
要点五：培育“以大客户为中心”的企业文化 112 要点六：大客户营销战略的问题 112
要点七：大客户营销战略问题的解决对策 113 第三节 大客户营销方案 114
方案一：××写字楼大客户营销方案 114 方案二：××购物中心大客户营销方案 118 第 6 章
商业地产展会营销 121 第一节 展会营销认知 122 知识一：参加展会前的准备 122
知识二：展会的推广活动和优惠措施 124 知识三：参展销售人员的管理 125 第二节
展会营销模式 126 步骤一：远期筹备 126 步骤二：近期筹备 127 步骤三：布展工作 127
步骤四：展期工作 128 【实战范本】展会客户信息归纳表 128 步骤五：展后工作 129
第三节 展会营销方案 129 方案一：××贸易中心营销推广方案 129
方案二：××楼盘秋季房地产交易会策划方案 131 第 7 章 商业地产项目促销 135 第一节
项目促销认知 136 知识一：商业地产促销的作用 136 知识二：促销的要素 136 第二节
项目促销模式 137 要点一：整体价格制订步骤 137 要点二：销售价格策略 138
要点三：返租优惠措施 139 要点四：付款的方式 140 第三节 假日促销方案 141
方案一：××商务中心促销方案 141 方案二：××项目春节期间促销活动方案 143 第 8 章
商业地产微营销 145 第一节 微营销认知 146 知识一：微信营销 146 知识二：微博营销 147
知识三：微博营销和微信营销的区别 148 知识四：二维码的应用 149 第二节 微营销模式
151 模式一：微信营销 151 模式二：微博营销 154 第三节 微营销方案 156
方案一：××商业广场手机微信互动营销方案 156
方案二：××步行街微博营销活动方案 158 第 9 章 商业地产尾盘营销 160 第一节
尾盘营销认知 161 知识一：什么是尾盘 161 知识二：尾盘的特点 161 知识三：尾盘的形
成 161 第二节 尾盘营销模式 162 模式一：精细营销 162 模式二：价格策略营销 163
模式三：逼定销售 164 第三节 尾盘营销方案 166 方案一：××写字楼尾盘促销方案 166
方案二：××中央街尾盘营销方案 169 方案三：××百货公司尾盘营销方案 170 第 10 章
商业地产特色营销 173 第一节 特色营销认知 174 知识一：特色营销的内涵 174
【实战范本】地铁事件营销 174 知识二：特色营销招商的要点 175 第二节 特色营销模式
176 模式一：投资论坛营销 176 模式二：地铁广告营销 177
【实战范本】地铁广告发布合同 178 第三节 特色营销方案 181
方案一：中国××总编沙龙营销 181 方案二：××发展高峰论坛策划方案 183
方案三：××商业地产财富论坛营销 185 方案四：××商机研讨暨夏日风情红酒品鉴会
186 参考文献 190

前言

由国家发改委牵头，财政部、国土资源部、住建部等十多个部委参与编制的《全国促进城镇化健康发展规划（2011—2020年）》（以下简称《规划》），涉及全国20多个城市群、180多个地级以上城市和1万多个城镇的建设，为新型城镇化提供了发展思路，提出了具体要求。

按照规划，未来中国新型城镇化建设将遵从“公平共享”、“集约高效”、“可持续”三个原则，按照“以大城市为依托，以中小城市为重点，逐步形成辐射作用大的城市群，促进大中小城市和小城镇协调发展”的要求，推动城镇化发展由速度扩张向质量提升“转型”。新型城镇化下的商业地产如何规划、如何完善、如何配套也是我们应该密切注意和研究的一个主要课题。那么，目前的商业地产是一种什么情况呢？

随着国家对住宅地产市场调控力度不断加大，大量房地产企业投资转向商业地产。专家分析认为，在调控政策影响下，部分投机性需求将转向由此催热了的商业地产市场，并促使写字楼市场升温、购物中心、旅游地产以及商业街、物流园区等商业项目的不断涌现。现今出现的各大龙头房企纷纷剑指商业地产就是最好的明证。当然，作为自主经营、自负盈亏的市场主体，选择操作何种业态是房企的天然权利。在住宅市场面临下行风险的当头，将商业地

产作为企业避风港也算是房企顺势而为之举。

由国家发改委牵头，财政部、国土资源部、住建部等十多个部委参与编制的《全国促进城镇化健康发展规划（2011—2020年）》（以下简称《规划》），涉及全国20多个城市群、180多个地级以上城市和1万多个城镇的建设，为新型城镇化提供了发展思路，提出了具体要求。

按照规划，未来中国新型城镇化建设将遵从“公平共享”、“集约高效”、“可持续”三个原则，按照“以大城市为依托，以中小城市为重点，逐步形成辐射作用大的城市群，促进大中小城市和小城镇协调发展”的要求，推动城镇化发展由速度扩张向质量提升“转型”。新型城镇化下的商业地产如何规划、如何完善、如何配套也是我们应该密切注意和研究的一个主要课题。那么，目前的商业地产是一种什么情况呢？

随着国家对住宅地产市场调控力度不断加大，大量房地产企业投资转向商业地产。专家分析认为，在调控政策影响下，部分投机性需求将转向由此催热了的商业地产市场，并促使写字楼市场升温、购物中心、旅游地产以及商业街、物流园区等商业项目的不断涌现。现今出现的各大龙头房企纷纷剑指商业地产就是最好的明证。当然，作为自主经营、自负盈亏的市场主体，选择操作何种业态是房企的天然权利。在住宅市场面临下行风险的当头，将商业地产作为企业避风港也算是房企顺势而为之举。

但是，商业地产过热的背后却暗藏风险，商业地产的投资运营需要警惕“供过于求”和“同质化”的风险。作为商业地产开发商，对于产品结构的调整，必须通过错位经营和类别化特色来提高产品附加值。同时，还要提升管理者的战略规划、设计思路以及运营

模式、经营水平、服务质量。

基于此，作者在多年探索的基础上，编写了一套适合商业地产从业人员、策划人员使用和借鉴的管理工具书，包括：《商业地产销售运营模式与案例》《商业地产项目策划方案与案例》《商业地产人员管理与服务细节》《商业地产招商招租与销售代理》《商业地产产品顾问与规划设计》《商业地产广告策划和推广服务》。

本书由刘少文主编，在编辑整理过程中，获得了许多商业地产策划机构、商业地产一线从业者和朋友的帮助与支持，其中参与编写和提供资料的有王高翔、靳玉良、刘建伟、刘海江、刘军、王生平、宁仁梅、李辉、李景吉、李景安、冯飞、杨冬琼、赵仁涛、赵建学、陈运花、匡五寿、张一文、张众宽、郭华伟、胡昊文、雷蕾、彭塞峡、孟照友、江美亮、滕宝红，最后全书由匡仲潇统稿、审核完成。在此，对他们一并表示感谢！由于作者水平有限，不足之处敬请读者指正。

本书提供电子版相关内容，读者可发送邮件至cipsydc@163.com.索取相关电子文档，并根据实际情况进行文件的检索、阅读、复制、打印，或个性化修改，以使本书内容更好地服务于实际工作。相信购买此书，能使您获得更多的价值与服务。

编者

[显示全部信息](#)

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)