

<<房地产包装解决方案>>

图书基本信息

书名：<<房地产包装解决方案>>

13位ISBN编号：9787900402905

10位ISBN编号：790040290X

出版时间：2010-1

出版时间：辽宁教育电子音像出版社

作者：程煜川

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>

<<房地产包装解决方案>>

内容概要

所谓包装，实在有着诸多广博而宏大的含义和解释。

世界可以被包装，城市可以被包装，商场可以被包装，店面可以被包装，人的个体也可以被包装……以城市而言，北京、上海、青岛、深圳等地每年投入大量资金、物力和人力将自身包装得熠熠生辉，以吸引更多的外资和跨国巨头进驻，既展现了其投资价值、土地价值、发展价值，更代表了中国的形象气质与发展高度。

这是包装对于一个城市的影响与力量！

房地产在中国高速发展20多年，国人引进和撰写了很多建筑类、规划类、市场研究类、景观设计类、装修设计类书籍。

每年的房地产平面设计也都会都集结成册推向市场，市场把房地产细分成很多专业。

这本书只重点涉猎房地产领域的包装。

我希望房地产包装——这个被冠以“零碎、微小”的字眼、被大家忽略在身后不曾提起，或是早有认知却从没静下心来要做个汇总的一个行业“小科目”，在此做个亮相。

让房地产包装，一个企业与客户面对面沟通的桥梁浮出水面，发挥他四两拨千金的作用，通过包装手段将企业的品牌、理念传达给客户，提升客户对产品体验的感受，从而提升客户对产品价值的判断。这就是包装带给房地产行业的价值！

包装是个小科目，书中提到的每个小节都是一个小专业，每个又都有一定的专业性，我是按照客户认知项目——到达项目——参观项目——了解项目——了解产品的过程为线索对房地产包装进行梳理，形成本书。

《房地产包装解决方案》

目录

第一章 让客户知道项目，户外广告的选择和使用

- 一、户外广告牌
- 二、地铁广告
- 三、电视大屏幕广告、电梯间广告
- 四、如何使用户外广告媒体

第二章 引导客户到达现场，如何运用有导示使用的户外广告

- 一、客户到访路线分析
- 二、某项目到访路线分析
- 三、导示作用的户外广告
- 四、导视使用小结

第三章 客户来看房了，项目的外围形象

- 一、围挡、围墙
- 二、停车、停车，停车场和门前环境
- 三、精神堡垒&形象墙
- 四、又见围挡，围挡的制作

第四章 真正的销售战场——售楼处

一、售楼处放在哪儿？

- 1、如何选址售楼处
- 2、售楼处选址应把握三个基本原则：
- 3、售楼处类型细分
 - 二、售楼处的大小和开放时机

<<房地产包装解决方案>>

1、售楼处多大合适

2、售楼处应该何时开放呢？

三、售楼处内部分区及销售动线

1、销售动线

2、售楼处内部分区

四、售楼处的气氛布置

五、售楼处里最关键的部分-----人

第五章 如何向客户展示项目，销售道具

一、沙盘

(一) 沙盘来历

(二) 沙盘形式

1、项目沙盘

2、区域沙盘

3、单体沙盘

4、景观沙盘

5、商业沙盘

(三) 沙盘材料和表现形式，沙盘的底座也很重要。

(四) 三维投影沙盘组合：

二、售楼处展示展板、触摸屏³⁴

三、销售道具里出现的图片

四、展示展板

五、印刷品

六、房地产宣传片

七、房地产网站制作+触摸屏

道具小结

第六章 现场客户参观导示和通道系统

一、城市导视系统

二、房地产项目标示系统

三、销售现场导示分类及功能

四、示范区动线包装

第七章 样板间

一、为什么要做样板间

二、样板间风格分类

三、其他种类样板间的展示作用

1、清水样板间

2、功能展示样板间

3、虚拟样板间

四、样板间范围比较容易打动客户的几个点位

车库、地下室、花园、露台、阁楼挑空空间的包装

五、样板间包装要注意哪些问题

第八章 示范区

一、示范区的作用

二、建筑立面、

三、园林景观、

四、会所、商业配套、商业街包装

<<房地产包装解决方案>>

第九章 其他包装

一、节日包装

二、活动包装

三、入住包装、上市包装

四、房展会、路演巡展包装

为什么要做展会

展会位置的选择。

展会组织流程

如何做好一个展会

路演地点的选择

后记

<<房地产包装解决方案>>

作者简介

程煜川 80生人。

98年考入沈师。

大学期间搞过摄影、画过插图、办过个展、咕咚过印刷、录过电视。

毕业后当了讲师、写过脚本、拍过广告，03年进万科，工作7年，09年试着码文字。

<<房地产包装解决方案>>

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>