

- 位于大石桥左侧,金水路、南阳路两条主干道紧靠其旁
- 55%的成交客户是由清华园的老业主介绍购买的
- 它由烂尾楼改造而成,却成为大石桥区域的代名词

## SOHO 广场 城中心的经典

□晚报记者 赵蕾

### 地段创造价值

一直以来,地段被开发商视为产品的生命,它体现出的不仅是一种区域价值,还体现出一种潜在价值。

大石桥——郑州市的核心地段,由郑州清华园房地产开发有限公司倾力打造的高尚人文居住社区——清华园 SOHO 广场就坐落于此,其挺拔俊俏的雄姿展现着建筑的灵活性和活力。

SOHO 广场位于大石桥左侧,金水路、南阳路两条主干道紧靠其旁,K4、8、4、78、205、67 路等公交车在此设站,加上其自设停车位百余个,形成了以大石桥为中心的交通网络。不仅带来了大量客流,更为客流的出入提供了方便,居住在这里的人们可以随意享受生活的便捷。

郑州清华园房地产开发有限公司营销副总王风

民告诉记者:“在清华园 SOHO 广场东南方向,是郑州的‘城市绿肺’——人民公园,在绿色环抱中惬意生活,相信一定是很多时尚人士的梦想。在此地段拥有一套属于自己的房子,不管自用还是出租,都是很好的选择。与那些位置偏远的新建小区相比,这里的人们相当于提前 3 至 5 年进入成熟生活圈。”

据悉,清华园 SOHO 广场项目总占地面积 20399 平方米,总建筑面积约 16 万平方米,分两期开发,总投放 2000 余套小户型住宅与 4 万平方米的商业街。建成后的清华园 SOHO 广场将成为集休闲、娱乐、餐饮、居住、办公于一体的城市综合体,堪称区域地标建筑,不言而喻,其价值必将超出价格。



清华园 SOHO 广场夜景效果图

### 品质决定高度

清华园 SOHO 广场 2 期都市主角由大裙房及其托起的两个高层建筑构成,两个主楼为 BC、DE 座,BC 座呈 L 型,DE 座呈扇形,总建筑面积为 13 万多平方米,1 至 3 层为商业用房,4 层以上多为双气小户型住宅,其中最大面积 110 多平方米,最小 39 平方米,共 17 种户型,小户型约占 76%。

“今后购房者将越来越

理性,越来越注重售后服务、产品带来的体验、产品的性价比及产品的品牌信誉。所以清华园公司更关注产品的本质和售后服务及品牌信誉的建设,这一点从清华园 SOHO 广场 2 期都市主角中有 55% 的成交客户是由清华园的老业主介绍购买的就足以证明。这是品质的力量。”王风民不无自豪地说。

### 品牌成就精品

郑州房地产市场并不大,充斥着众多楼盘,要想给消费者留下一个清晰而深刻的印象并不容易,但清华园做到了。郑州房地产业内有关人士曾在一个场合深有体会地表示:“物美价廉的产品才是大众所追求的,有社会责任感的房地产企业就应该为大众消费者建造实惠的精品住宅。”清华园“品牌+精品”的营销策略正是顺应了这种理性的市场需求,因此体现出了强大的生命力。

王风民说,在树立品牌的过程中,清华园付出了很多,但这些都是值得的,因为业主得到了实惠。从清华园住宅小区、清华商务、清华园 SOHO 广场到清华忆江南,清华园公司只用了短短 7 年的时间。每一个楼盘都成为每一个时期的典范,清华园 SOHO 广场更是其中的一个经典之作,它由早期的烂尾楼改造而成,而今天却成为大石桥区域的代名词,成为 2007 年中房地产界经典楼盘。

# 房地产经纪人信用档案



姓名:陈娜  
公司:亚新置业  
东风路连锁店  
服务格言:信誉是从诚信服务中体现出来的!



姓名:曾月  
公司:亚新置业  
东风路连锁店  
服务格言:真诚,自信,创造未来!



姓名:韩双双  
公司:亚新置业  
黄河路连锁店  
服务格言:真诚做人,用心做事



姓名:范勤学  
公司:亚新置业  
农业路连锁店  
服务格言:学做人,学做事,学做生意,成交一桩生意结交两个朋友!



姓名:李艳  
公司:亚新置业  
桐柏路连锁店  
服务格言:没有最好,只有更好!



姓名:朱性菲  
公司:亚新置业  
纬三路连锁店  
服务格言:用心做好每一个细节

# 成功经纪人的日常工作

- 1.每天准时到公司,(最好能提前 20 分钟到公司,做到风雨无阻!)
- 2.打开电脑,查看前一天所新增楼盘,熟悉市场行情,养成每天背诵楼盘和发现自己所需要之笋盘。
- 3.打开电脑,随时查阅公司“新闻公告”、“员工论坛”等栏目,及时了解公司业务动态同规章制度,跟上公司日新月异发展的步伐。
- 4.查看本区域广告(包括本公司和外公司)发现自己客户所需要的盘或笋盘主动找回盘源,增加成交量进而增加业绩(及分类广告)。
- 5.本分行或本区域若有新收的匙盘,坚持拿匙看房,日积月累,区域内的所有户型你都了若指掌。
- 6.每天必须认真按质清洗十五个盘源,清洗任何盘源必须与业主彻底交流,了解真实情况。
- 7.洗盘过程中,了解业主有换楼的需要。在业主未出售前,先行约业主看房(每周至少一个)。
- 8.下决定每天找寻一个新客户(暂时未需要,但半年内会买的客户)。
- 9.尝试考核本身对买卖过程中,税费及各项手续费的计算方法。
- 10.每天必须尽量保证带两个客户看房。
- 11.每天必须即时跟进自己客户及每天洗十个公客。
- 12.主动到公交站或盘源不足的指定目标派发宣传单张,争取客源及盘源。
- 13.自行辑录五个笋盘,不停寻找客户作配对,机会自然大增。
- 14.跟进以往经自己成交的租盘或卖盘,(租客到期约否?会否另觅新居?会买房否?)做好自己的“客户回访”工作。
- 15.跟进以往经自己租出的楼盘业主,会否买多一个单位作投资(收租)。
- 16.有时间到附近交易活跃的社区兜客,及地产公司门口拉客。
- 17.自己洗盘时认为和自己沟通比较好的业主多联系,加深感情争取控盘(签独家委托)。
- 18.晚上是联络客户与业主最佳时间,坚持在 8-9 点间跟客户、业主沟通。
- 19.业务员应多了解郑州市及国内房地产之要闻,令本身在这方面的知识增加,从而在与业主及客户交谈的时更有内容,塑造“专家”形象。
- 20.谈判过程中,遇上挫折,是平常不过之事,并将问题症结之所在记下,不要重犯。
- 21.工作总结(看房总结经验),准备第二天工作计划(客与业主需联系)。
- 22.心动不如行动,心勤不如手勤,主动出击,才能争取入息。各位同仁,请随时随地将自己的工作与以上“日常工作”进行比较,检查自己做到了什么,没做到什么!建议将此“日常工作”摘录于自己工作簿上,时常鞭策自己,指引自我!长此以往,成功之时指日可待!

