

紧盯金九银十 试看旺季营销



金九银十
人物篇

今年金九银十在限购政策解除的情况下到来,虽然市场更期待限贷政策的解除,但各大房企还是普遍对这个房地产市场一年中的销售黄金时期有所期待。

创新型的营销形式是市场的必然演变,金九银十何种营销策略对于推动销售更为有效?看看各大房企的负责人怎么说。 郑州晚报记者 苏瑜



把握时机争 创销售奇迹

八达威商业集团
悦府海棠项目营销总监 张媛

金九银十历来都是房地产市场一年中的黄金时期。我们悦府海棠当然也是极其看重。所以独家冠名了9月27日的“2014陈奕迅 LIFE 演唱会”郑州站的活动。并在之前推出了一些与该演唱会相关的诸多活动。因为演唱会是在月底,十月,我们会借助演唱会的余温,再推出一些相应的营销策划活动。

在产品上,我们会在本月推出项目的9号楼王产品,以助力金九银十的销售。个人认为金九银十的销售额会占到下半年总销售额的40%~50%。

11月、12月我们会继续加推房源,然后是明年1月,将会有一次大力度的推动。一般而言,临近春节,销售会降低。但因为南龙湖区域的独特性和我们之前的经验,发现1月份是一个小高峰。这在郑州其他区域的项目上是不多见的,我们会把握好这个机会。

8月,我们进行了人事调整,调整后的营销团队更有凝聚力和冲力,我们会加强与代理公司的合作,争取在金九银十这个黄金时期创造一个销售上的奇迹。



继续做好 客户体验和服务

星联置地副总经理 李涛

在过去限购限贷等严厉政策下,郑州楼市价格仍然在小幅上扬。今年郑州“地王”频出,尤其是8月份连出两个“地王”,这说明了开发企业对市场充满了信心,而“面粉贵过面包”也会让一部分老百姓感到恐慌,有需求的购房者可能会释放需求,这对市场来说都是利好消息。

而郑州限购的解除,促成了特别是学区房短时间的小幅上扬。据媒体报道,今年9月郑州将有31个楼盘面市,量价可能都会小幅上升,所以9月极有可能是个“金九”。

虽然郑州已经放开限购,但由于影响楼市最根本的政策“限贷”尚未取消,对楼市的刺激是有限的。长远来看,2017年个人住房信息联网,房产税出台等消息不绝于耳,投机者如惊弓之鸟,这些政策旨在挤压投机需求,长期来看,楼市将呈平稳态势。

星联置地一直将重心放在打造产品品质上,营销重心也一直在促动做好客户体验和服务,所以对金九银十没有特意准备什么。但由于星联湾项目现场接待中心于8月30日已正式开放,周末将会定期做暖场活动,9月底的开盘也将邀请国内一线明星助阵,就是想借助明星的影响力把我们的爱心公益活动放大,影响更多的人参与慈善事业。



用重磅项目 引爆区域置业热潮

中能华启投资集团
营销中心副总经理 张超

限购政策在市场的巨大压力下终于解除,但对即将到来的传统的金九银十旺销季节,产生的促进作用已经大打折扣。市场对资金的渴望远甚于对限购政策解除的需求!经过几年的限购政策影响,市场已经逐渐成熟。近几年虽然限购但刚需仍旧保持较高的去化速度。当下限购政策解除与否对市场来讲不是重大利好,反而市场更期待限贷政策的解除。

在即将到来的相对购房热季,华启集团也将推出两个重磅项目。分别是位于南龙湖郑州一中旁的唐宁1号项目和位于郑东新区高铁封盖地王的金悦府项目。两个高端住宅项目都把品质、细节、服务做到极致,唐宁1号将拿出220~280㎡英伦别墅与89~137㎡ART-DECO墅院高层;金悦府项目也将推出140~200㎡的法式洋房与中原首席斯特恩建筑风格观景高层,我相信两个高端住宅项目的推出势必会引爆这两个区域置业者的购房热潮。



创新型的营销形式是 市场的必然演变

河南仁信
置业有限公司副总经理 刘纪鸽

金九银十是市场自发形成的供销两个旺季,由市场为主导形成的客观存在,它不会因为政策的变动而消失。在需求不减的情况下,金九银十往往促使开发商形成促销,虽然目前郑州市限购取消,但银行利率依然未见松动,信贷紧缩情况下,今年的金九银十没有了往年的喧嚣。个人认为,今年的金九银十销售不会大火,应该观望性较重。

市场回归理性,但并不意味着金九银十期间没有需求,传统房地产市场的金九银十是存在的,但是坦白讲,中国房地产更多的是一个政策性市场,而非季节性市场。可以肯定的是,金九银十期间的业绩会好于以往。许多项目也会适时推出一些促销优惠,推波助澜。建议购房者按照需求理性消费,在目前房价相对稳定的情况下,还是尽早出手为妙。

目前市场上常规的营销形式所取得的效果大不如以往,营销源于客户,随着客户需求的演变,客户对于产品的功能要求越来越高,营销需在产品本身更为精准附加客户的需求,才能有效地推动销售。

满足客户需求的同时,营销模式同时也发生着改变,碧桂园集团创新推出全民营销微信平台,销售量同比再涨七成;万科也在上海、西安等地如火如荼打造“全民经纪人”平台;万达、百度和腾讯联合打造万达电商。这标志着营销形式正在发生改变,跨界合作、资源整合、全民营销等,新手段、新思路的营销策略层出不穷。

结合目前客户对网络使用已融入生活,宏光·协和城邦首次与电商领域跨界合作,联手商都房产网电商,通过网络多元化的营销方式挖掘项目目标消费群,提升项目品牌形象及市场影响力。我相信,未来通过网络进行的创新营销是每个开发企业的必经之路,也是房地产行业未来发展的必然趋势。