

从单兵作战到全民营销

全民营销成楼盘销售主力军

本报记者 韩明烨

市场在变,营销方式也在变,卖方与买方的位置也在转换,全民营销风靡地产行业。

发展伊始,营销重拳打造品牌形象

随着分房时代的结束,东营房地产市场逐步开始活跃。以辉煌庄园为代表的批新式住宅小区,极大地缓解了住房短缺的矛盾。

那时候房子要一套一套地卖,客户要一个个地找。房地产企业在老板的带领下,销售员及营销总监骑着自行车、摩托车到处找客户发宣传单。不管是销售员还是营销总监都是一样地拼搏,不计薪酬,不辞劳苦地冲锋,为一个更加完善的方案、为一个成功的开盘而一周七天、一天十几个小时地努力着……

进入21世纪,东营房地产日趋成熟,VIP认筹、开盘、销控等销售手段被开发商运用得十分成熟。这种销售方法一直沿用至今。而从2001年左右开始,东营也和全国房地产一样步入了黄金十年。

在楼市黄金十年中,东营一些本土开发商迎难而上,用一个个品质项目为企业铸造了夯实的品牌大厦。如大海、众城、中国万达、科达、胜宏、华泰、伟浩、城发、海通、城投悦来、金辰等,都是东营本土房地产开发企业的品质典范。

近几年,明星、热点成营销侧重点

2013年下半年开始,房地产停止了飙涨的脚步,房子不再那么好卖了。市场营销手段变得更加花样繁多。各个开发商开始运用更多吸引眼球的手段。明星营销成为这段时期的一大特色。依靠名人效应是最直接、最行之有效的营销方式。楼盘活动邀请明星不仅是一种时尚的跨界营销手段,而且在汇聚人气、制造热点方面效果尤为明显。性感女神钟丽缇来了,光头李进来了,

神曲女王崔子格来了,我是大明星相关获胜人员也来了……。自2010年开始,各个明星大腕纷纷成为东营房地产企业的座上宾。

不光是娱乐明星,其他财经、文化、易学界名人也成为房产营销的重要角色。

此外,街头派单、制造热点、引领风尚也成为营销的重头戏,互联网营销也成为各地产公司重点工作。

现如今,进入全民营销阶段

今年营销呈现出全民营销的态势:人人都是经纪人。不管是国内一线房企恒大、宝龙,还是新金基、科达、金辰等开发商,都纷纷推出全民营销策略。地产业的全民营销有效与否或许仍待考证,但这一阵风却是真真实实地刮起来了。只要愿意,人人都可以当经纪人,这样的销售方式就是“全民营销”,通过更多的人脉来增加楼盘销售。由于“全民营销”不设任何门槛和条件,普通市民、房产中

介、分销机构等都可以加入,因此有人形容它是一种“人人皆兵”的营销模式。

此外,从2014年开始,房地产开始重视通过各种圈层活动进行跨界营销,以服务客户为导向,进行项目风采展示、话题互动等赚取人气,已成为很多房企的新型营销手段。房企主办的红酒、理财、投资、风水、养生、拍客、驴友、才艺大赛等一系列主题活动均引起地产投资者的目光。

十多年东营房价上涨十几倍
房产仍是市民投资重点

本报记者 朱晓晓

6月28日,央行降息加降准新闻现各大媒体的头条,股市楼市刺激之声再起,自2003年“18号文”出台,明确了房地产成为国民经济的支柱产业后,在这十几年间,中国房地产经历着“黄金时代”,作为黄河三角洲的中心城市,东营市的经济水平一直在持续增长,虽然房地产市场起步较晚,但发展势头一直强劲,在这十几年间,房价飞涨,住宅成交量的涨落也反映了东营这座新兴城市的变迁。

房产价格十几年连续飙升

房产的发展带动经济的发展,作为房地产三线城市,东营市在十几年间发展也是持续上涨的,自2009年3月以来,上涨幅度明显增大,仅在2009年下半年,上涨幅度已经超过了40%,作为省内消费水平和人均GDP最高的城市,东营良好的经济无疑为房地产市场的发展提供了坚实的基础,以至于十几年间,东营房地产一直保持旺盛的状态。

事实上,东营房价进入增长的疯狂时期比一二线城市要晚几年,2009年,东营房地产进入了发展火热时期,2005年之前,房地产销售在1800元/平方米,到了2009年,东营的房价飙升到3000元/平方米,当时的人们都不会预测到如今房价飙升到接近万元每平方米。

楼市调整 在曲折中攀升

2009年利好的政策,新房落户,购房五项政策的出台,拉动的房地产的发展,不仅仅是东营,乃至全国房地产商品房销售剧增,价格飙升,开发商拿地热情空前高涨。

2011年,新一轮的加息有意控制市场,上涨速度降低,东营的楼市也不再针对居民居住,更多的市民开始选择买房进行投资理财,人们更加关注房价,楼市在2011年普遍进入了平淡期,直到2012年年初,政策开始转变,政策导向地产,开发商开始信心满满,2013年房地产开始回暖,东营的住宅市场成交量持续回升,土地市场量价齐升。而刚刚过去的2014年,楼市再次遭遇重挫,2015年中央相继出台政策,让房地产行业重燃希望。

投资房地产 市民仍乐此不疲

2003-2013年,是中国房地产发展最快的阶段,成为房地产的“黄金十年”,同样也是政府对房地产密集调控的十年。从2003年国务院出台的《国务院关于促进房地产市场持续健康发展的通知》开始,中国房地产进入蓬勃发展的阶段。通知中经济适用房被改为“具有保障性质的政策性商品房”,“住房供应体”被商品房所代替。

自此后的11年,国家对房地产出台一系列的调控政策:2005年的“国八条”、2006年的“国六条”、2007年的“24号文”、2008年的“廉租房计划”、2009年的“土地出让政策”、2010年的“国十一条”、2011年的“新国八条”、2013年的“新国五条”等。可中国房价却越调控越高。对房价的用词也从“稳定”、“控制”、“平抑”,直至这几年的“回归到合理价位”。

不管政策怎么出台,人们唯一的感受就是飞涨的房价。就像东营,十多年中,房价飞涨了十几倍;十多年中,投资果断,了解政策的人成为房地产投资的真正受益者,而犹豫不定的人错过一次又一次的机会。

黄三角早报

15266009335(巩记者)
18606464547(侯记者)青岛高端品质
楼盘鉴赏团

团员持续招募中

◎全程免费 专车接送 ◎阳光、沙滩,尽享青岛海岸风光! ◎投资、自住,优惠空前来袭!