

开盘前期准备工作与实操分享

一：开盘推售方案的制定

二：开盘前期组织与筹备

三：工程定价及回款目标

目录



1、开盘推售方案的制定

2、开盘前期组织筹备

3、开盘方案的制定



开盘时机的选择

通常开盘前要经过导入期、加热期、升温期等酝酿。入市决定工程最终成败的**70%**，所以选择一个适宜的时机进行工程“引爆”非常重要

宏观经济运行情况分析

了解当地目前经济开展状况，预测经济开展走势，指导工程入市的态度和基调

当地房地产法规分析

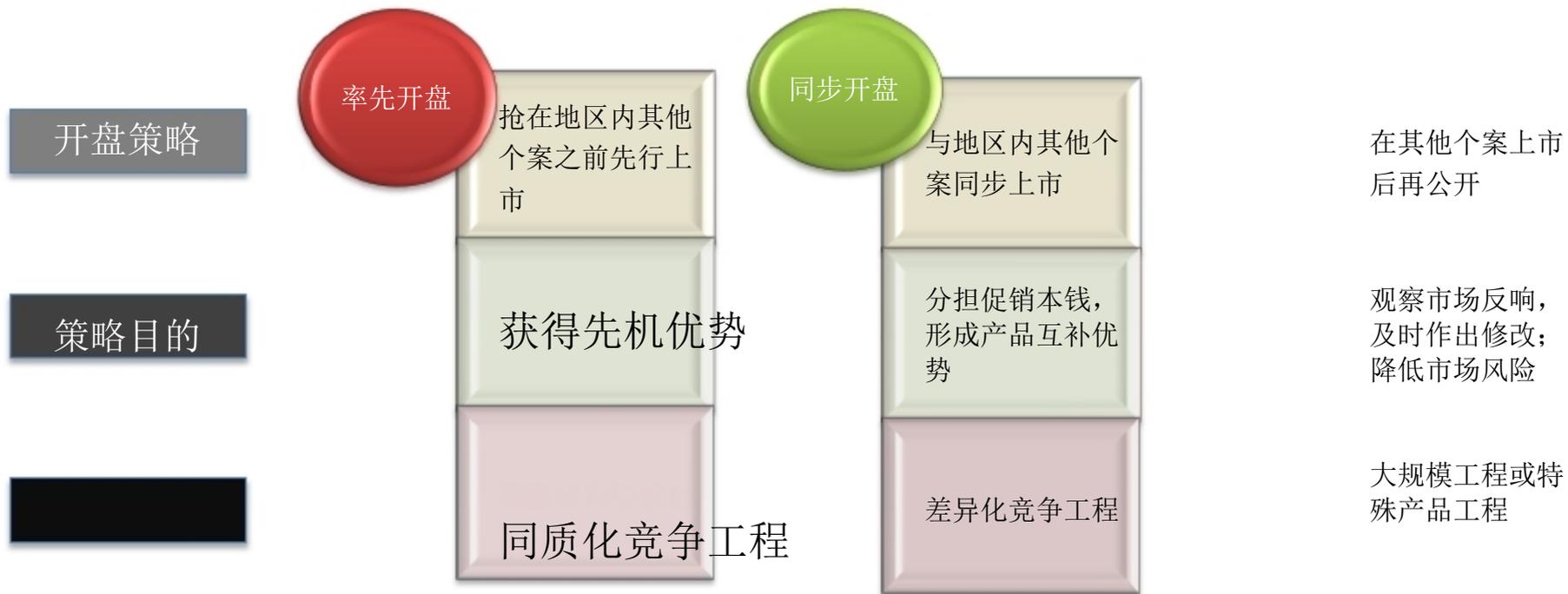
产品正式进入市场前还要对当地的相关法规以及新政下当地的联动反应进行分析及预测，把握政策法规动向从而知道产品的推售方向

入市时机的确定及安排

入市时机确实定及安排包括内部登记及认购时机、开放时机、正式开盘时机、二次开盘的时机确实定及安排和开盘销售的排期

开盘策略的选择

在对市场进行深入的分析后，需要根据开盘时机，结合工程自身情况，选择开盘策略



推盘方式的选择

点爆型

以大型营销节点集中放量产品，短期内实现速销，促进资金回笼；

战略适用于市场环境下滑、现金流紧张等时期，多依集中推广，短期聚集

阶推型

阶段性加推产品，实现销售稳定走量，根据市场实现产品溢价能力

战略适用市场稳定上升、产品类型稳定等条件，营销推广平稳推行为主

主要方式

综合型

点爆型与阶推型相互结合，根据市场情况及销售需求进行调整

战略适用于大型、多期开发工程及综合体，产品类型多样，多以点爆型进行销售引爆

推售方案的制定

销售方案是对销售策略的进一步落实，全案销售策略需最终落实到各个销售阶段的销售方案中；在制定销售方案及时需考虑以下因素：

- ▼ 1) 市场因素：销售方案的制定首先要考虑到市场环境。
- ▼ 2) 时间要点：房地产市场受到市场形势及区域客户购置习惯影响。
- ▼ 3) 营销因素：营销动作的执行效果及既定营销节点需与销售方案配合开展；
- ▼ 4) 工程因素：根据工程自身的工程进度、取证情况、客户积累及意向情况等综合加以考虑；
- ▼ 5) 销售冲刺：根据销售需求，在特定销售期可用优惠促进销售；

目录



1、开盘推售方案的制定

2、开盘前期组织筹备

3、开盘方案的制定

声势引爆工作

【开盘前媒介推广的选择与确定】

开盘前的媒介推广需要对媒介需求进行分析、确定比较要求及候选单位，协助甲方制定媒介比较文件并发标，对媒介方案评审并确定媒介。制定媒介工作方案，对媒介方案进行评估、修正、确定、发布成果验收。



声势引爆工作

【筹备产品沟通会】

经过一段时间的客户积累需组织意向客户进行产品的具体说明和推荐，通过次活动让意向客户对万科产品有更深入的认识和理解。同时通过此说明会对前期积累客户有初步的筛选和检测。具体步骤：



SYS-WIN
— Brokerage —
思源经纪

在房地产领域 我们一直在帮助客户成功

- 筹划部提供产品PPT的演示;

方案拟定期

【客户积累的相关数据分析与判断】

在相关推广工作开展的时，客户的积累工作也一同展开。客户的前期积累工作主要的途径是通过来电和到访。需要对客户来电和到访进行数据分析。主要包括客户属性分析（其内容包括客户年龄构成、居住和工作区域、购房目的、工程品牌认知等），客户认知途径分析，以及客户需求反响评估（包括产品需求反响、价格需求反响、预计成交反响）。

这局部工作内容是开盘前的重要的一个工作局部，它对于价格的制定和开盘预计成交量的判断起到了十分重要的作用。

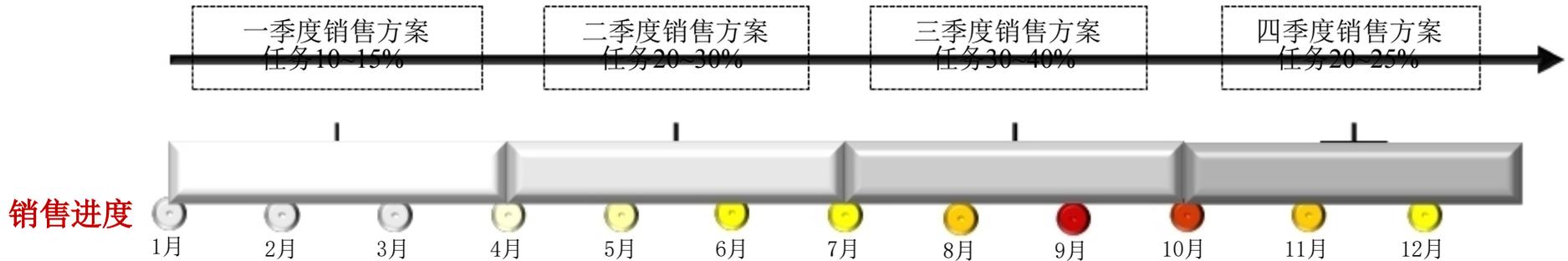


方案拟定期

【制定工程销售方案】

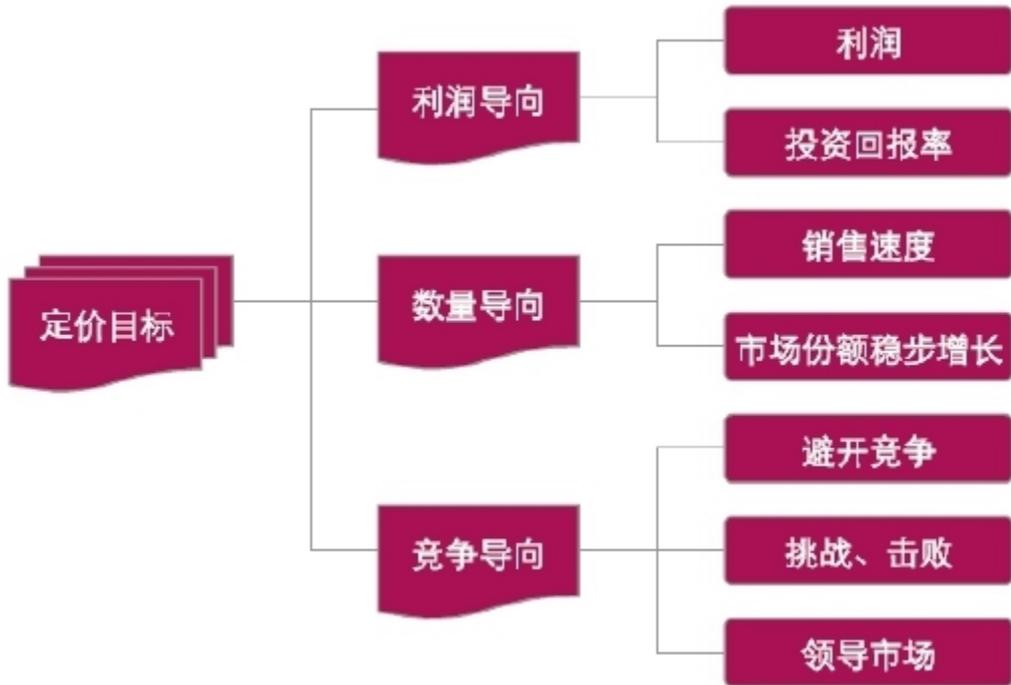
销售方案除了开发商所制定的合同内的销售方案外，在开盘前筹划需要通过一系列的数据分析来制定一个更准确的销售方案。在方案完成后由内部进行评审通过后交与甲方，通过与甲方的沟通对其进行调整和确定。

全年销售任务



方案拟定期

【开盘价格的定价目标】

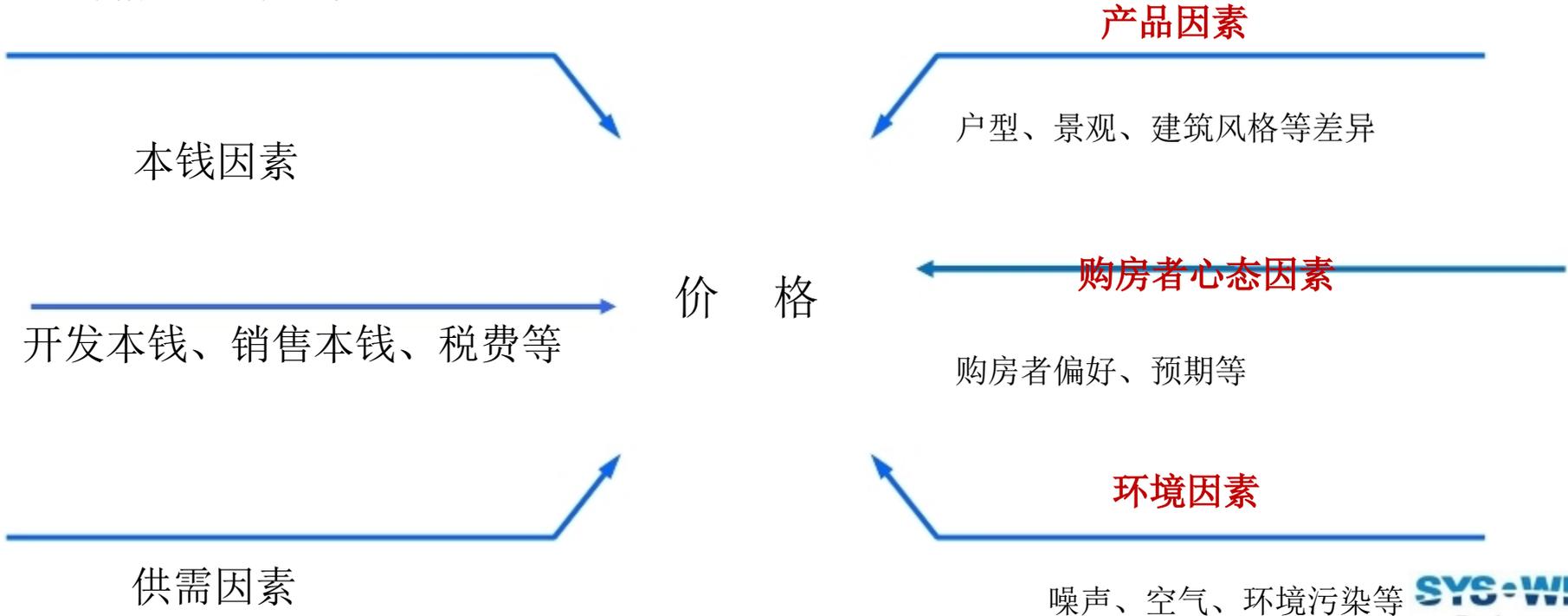


➤定价是从客户的角度精确横向一个产品价值的完整过程。
➤定价是营销组合诸要素中最重要的一个要素，因为价格的制定了企业的收入、利润，并且对市场竞争起着非常重要的作用。

价格制定的四原那么
原那么一：定价要以消费者为根本出发点
原那么二：定价时要目光长远
原那么三：定价时要充分考虑竞争对手情况
原那么四：定价要形成机制系统化

方案拟定期

【开盘价格的定价因素】



方案拟定期

[开盘前期组织筹备

]

【开盘价格的定价方法】

定价是一个系统化的过程，选择定价方法要根据工程的具体情况而定，较为常见的定价方法主要有四种：
1、本钱导向定价法
2、需求导向定价法
3、竞争导向定价法
4、可比楼盘量化定价法
目前较为常用的定价方法是可比楼盘量化定价

定价方法

本钱导向定价

本钱加成定价法

目标收益定价法

盈亏平衡定价法

理解价值定价法

需求导向定价

竞争导向定价

区分需求定价法
随行就市定价法

直接竞争定价法

可比楼盘量化定价

倾销定价法

【单位产品价格=单位产品生产本钱

【根据市场平均售价确定价格】

【从开发商和工程的自身竞争力出发，进行定价】

【单位产品价格=（总本钱+目标利润）
（1+保本系数）

方案拟定期

【开盘价格的定价流程】



方案拟定期

【开盘价格的制定】

开盘价格包括底价和报价两个局部，底价是指不计算任何折扣和优惠的价格，报价是指在开盘时所公布的价格，报价往往包含折扣和优惠。定价步骤一般是先制定价格政策并确定相应的开盘优惠，然后制定出相应的底价和报价。筹划在制定了相应的底价、报价和价格政策后进行内部评审，通过交甲方进行确认。通过确认后，将最终版的价格分别交与后台和销售现场。



方案拟定期

【开盘优惠措施的制定】

根据开盘价格确定相应的优惠措施，具体促销方案大致可分为三大类：概念类、产品类、做秀类，而言结合客群的心理特点，是以寻求实惠，因此目前常用的促销方案大体可分为一

- 1、送物业费；
- 2、免相关税费；
- 3、抽奖促销；
- 4、竞价销售和限时特卖；
- 5、定向让利和限量让利；
- 6、一次性付款优惠和老业主再购优惠；
- 7、免息或低息分期付款；
- 8、包租或以租代售

下几种：



目录

1、开盘推售方案的制定

2、开盘前期组织筹备

3、开盘方案的制定

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/387040135131006166>