**房地产宣传广告**

**早该帮 编制**

促销策略是市场营销组合的基本策略之一。促销策略是指企业如何通过人员推销、广告、公共关系和营业推广等各种促销方式，向消费者或用户传递产品信息，引起他们的注意和兴趣，激发他们的购买欲望和购买行为，以达到扩大销售的目的。

一、人员促销

人员促销是通过推销员与顾客面对面的接触来推销房地产产品的一种促销策略，是房地产产品营销促销组合中不可替代的、行之有效的方式。大连R房地产有限公司极其重视人员促销，为了顺利销售，与专业房地产销售商合作，通过专业培训提高销售人员素质，通过严格销售现场管理制度对销售人员进行管理，使人员促销成为实现项目利润的有效营销手段。

（1）人员推销的工作方式

①接待来访客户。采用按序接待客户的方式，来访的客户一般都通过广告或朋友对项目的基本情况有了大概的了解，属于目标客户。推销人员要就项目整体状况、产品、价格、付款方式、物业管理、入住手续等具体问题进行商谈，根据客户需要，带领客户体会样板间，在此基础上签订合同，促进成交。

②主动推销。由于房地产的特殊性，推销人员可以通过电话访问、上门拜访等方式对目标客户进行恰当的推销。

（2）销售人员在销售时注意事项

①建立客户档案资料。认真填写来访、来电记录，一切接待客户情况以此为唯一依据，主要将来访客户基本情况、购房目的、付款方式等进行归档。

②化解客户不满意情绪。建筑质量是否优良，房屋面积的测定标准是否合理，交房是否准时，物业管理水平是否优质等等，都有可能造成客户的不满情绪。销售人员作为一线工作人员，对于客户的不满意，应采取正面回应，协助客户解决问题，并设法使客户获得真正的满意，化敌为友。

③保持与客户的沟通。正确地与客户沟通，是使更多的客户感到满意的一个重要环节。关键是在与客户的沟通过程中，必须虚心倾听，态度真诚，最大限度地了解和满足客户的需求。

二、广告促销

（1）推广主题的选择

T项目的推广主题是“世界生活新主张”，主张一种新的生活方式，即集生活、工作、学习、娱乐于一体的生活方式。R房地产有限公司的国际化视野与新鲜理念、大连本土Y集团根植大连的深刻洞察，将在T项目中得到充分展现。项目将工作、生活、学习、娱乐四大功能汇聚于此，并融合绿色、自然、低碳环保等世界性主题，充分展示一种前所未有的国际化生活主张。无论是从产品、环境、景观、配套、物业管理等方面都突出一种具有国际性的生活特征。不同的消费者对居住环境的舒适性、安全性、物业管理水平、身份与居住档次的体现等都较为重视与关注，所以广告的主题要突出把T项目最亮丽、最优越的一面呈现给消费者，尽可能吸引他们的注意力，以达到快速销售的目标。

（2）广告投放方式的选择

广告投放方式的选择应快捷、有效，注重实效性。根据T项目的实际情况，主要采用以下几种广告方式：

①以报纸、电视作为主要媒体，广为宣传。在报纸上刊登T项目系列软文，对企业品牌、项目区域价值、项目规划等进行系统性推广宣传，加深潜在客户对项目认知。一般报纸、电视推广以本地市场为目标，宣传力度大，成本费用也比较高，费用约占项目营销费用的25%-35%。

②设置大量户外广告。在施工现场设立大型围档宣传、标识性宣传点，比如：楼盘标识、开发商、施工单位、监理单位、设计单位名称以及销售电话等。在主要交通路口、交通路段设置醒目宣传广告牌。在销售中心设置旗帜标语、气球宣传等。户外广告一般持续时间较长而且效果也很显著。

③邮寄项目资料，从成本角度讲，向经过筛选的潜在客户邮寄一份简明扼要的项目资料，是一种效果良好的推广方法，力争使楼盘的广告深入政府机关和经过筛选的目标客户群。

④采取投放车身流动广告，选择项目周边路线公交车，在车身刷上楼盘的形象广告。车身广告不仅扩大了宣传力度与范围，而且费用较为低廉。

（3）广告投放策略

房地产作为一种特殊商品，其特殊性一是体量大，二是价值高，三是买卖关系复杂。所以消费者在实现购买时，较之于购买一般商品需要更多的信息支持。当今信息高度发达，房地产广告采取的最佳媒体组合为：报纸+电视+户外，但其侧重点应在报纸，即广告投放以报纸为主，其余为辅的原则。报纸广告以其成本相对低廉，可重复阅读或收藏，购房者层次有选择性，读者可自行控制阅读内容而成为房地产开发商首选的广告媒体。大连R房地产有限公司根据项目工程进度、销售计划制定推广计划，把整个销售阶段分成造势期、内部认购期、开盘强销期、持销期、清盘期五个阶段，推广内容以区域价值、企业品牌、项目规划理念、产品细节、开盘信息、营销活动主，以硬广、软文、新闻的形式在各大媒体上持续，树立良好企业及项目形象、促进项目销售。

三、销售促进

销售促进是一种直接的诱惑，它向购买产品的销售人员、分销商或者最终的使用者提供一种额外的价值或者激励，其首要的目标是创造即刻的销售。销售促进是营销活动的一个关键因素。如果广告提供了购买的理由，而销售促进则提供了购买的刺激。销售促进的工具有：消费者促销（样品、优惠券、现金返回、价格减价、赠品、奖金、光顾奖励、免费试用、产品保证、产品陈列和示范）、交易促销（购买折让、广告和展示折让、免费产品），以及业务和销售员促销。

①房地产展销会是比较常用的促销方式。它可以在短期内聚集更多的潜在购买者，扩大影响力，是销售的大好时机。此项促销活动可以吸引更多的投资商和消费者。

②项目示范区及样板间的展示。通过建设样板示范区，将未来项目的园林景观提前呈现给客户；选择项目主力户型进行样板间展示，展现户型的空间尺度、家具摆放效果，模拟未来生活场景，用产品打动潜在客户，促进成交。

③价格促销。一般而言，价格促销是局限在一定时段、一定范围及一定幅度内，以提升销售业绩为目的。一般采用开盘期间或是针对特殊客群执行一定的促销政策。

④实物促销。这是指房地产开发商向购房者许诺在其购房后，免费赠送某些实物作为奖励的一种促销手段。比如：开盘期间，成交送电视、送一定期限的物业服务费等。

⑤网络促销。这是指利用现代化的网络技术向虚拟市场传递有关产品和服务的信息，以启发需求，引起消费者的购买欲望和购买行为的各种活动。网络促销作为一种新兴热门促销方式逐渐为企业及客户认可。虽然传统的促销和网络促销都是让消费者认识产品，引导消费者的注意和兴趣，激发他们的购买欲望，并最终实现购买行为，但由于互联网强大的通讯能力和覆盖面积，网络促销在时间和空间观念上，在信息传播模式上以及在客户参与程度上都与传统的促销活动发生了较大的变化。

T项目通过举行项目说明会、大连房屋交易大会，多种高品质客户活动、网络媒体活动等形式积累大量客户，与此同时，精心打造示范区、样板间，提高服务质量，不仅提高了企业品牌知名度，而且扩大了项目的影响力，在客户群体中形成了良好的声誉，达到促进成交的目标。

关键词：房地、地产、房地产、宣传、广告

参考文献：[1]早该帮https://bang.zaogai.com/item/BPS-ITEM-22319.html