

南阳房地产项目前期策划方案,房地产立项报告

产品名称	南阳房地产项目前期策划方案,房地产立项报告
公司名称	南阳码客汀营销策划有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	南阳市卧龙区工业路华龙广告二楼
联系电话	18238118463 18625623050

产品详情

南阳地产策划核心要做好三件事一内外部条件的审视，二核心逻辑提炼，三价值体系输出。

一、内外部条件审视

拿到这个项目时，怎么去做内外部条件审视？我通常会引入3C战略。3C战略是在营销学里面比较通用的战略，主要是从客户、从我们自身、从竞品三个维度去分析，去找出我们自己应该怎么去弥补，应该怎么去打，这是整个战略的一个大逻辑。

一个是内部因素损失。拿到一个项目，先找出自身的所有卖点和不足。

二是客户对哪些东西敏&感？其实不同置业阶段的客户，他们的敏&感点不一样。比如刚需客户看重价格，改&善客户更看重地段、产品等等。

不同置业周期的客户敏&感点分析工具

三是对竞争对手的分析。竞争对手锁定有几个原则，一是区域，本区域的要归进来，二是基于项目特征，假如我是本区域唯&一的别墅，那我的竞品可能是城市所有的别墅产品，因为它的客群会更散。三是基于总价，特别是刚需产品，总价逻辑非常关键。假设我是城区外的项目，它从城区可以往东、西、南、北4个区域去做外溢，这个时候所有总价相当的项目都是竞品。

经过这三个步骤后，进行交圈，发现有三个圈。di一个圈是自己的卖点是什么？di二个圈是竞品的卖点是什么？zui后一个圈是客户的敏&感点在哪里？这个时候发现有些圈是重合的，有些部分是不重合的，有

些部分可能三个都没有覆盖到。这个时候需要去审视，不同的市场环境下导致不同的战略。

二、核心逻辑提炼

项目到底在卖什么？需要怎么去提炼卖点？当前很多房企提炼卖点主要基于5个逻辑，包括城市逻辑、土地逻辑、产品逻辑、品牌逻辑、客户逻辑。这五个逻辑是循序渐进的。

1、城市逻辑：懂得借势，见风就是雨

即借助城市利好、未来规划进行区域炒作，提升项目价值。

2、土地逻辑：横看成岭侧成峰

如果没有大的城市利好，项目所在区域也不是开发区、核心区，则可以通过土地逻辑来挖掘亮点。土地的逻辑可以总结为横看成岭侧成峰，要跳出固有的思维，换个角度看项目。

3、产品逻辑：讲稀&缺或大师设计

如果产品非常稀&缺，有独特的自然资源占有，就可以作为核心卖点去打。

如果没有稀&缺资源，也可以找一些大师设计，或者从获奖类似十&大豪宅这个角度去讲，客户也能认这个点。

4、品牌逻辑：适合强势品牌

如果产品也没有什么可以说，可以说品牌。当然前提是公司品牌在当地得到客户认可。比如仁恒有个广告叫“30岁前你也可以住仁恒”。客户会认，无非就是价格跟价值的关系。

5、客户逻辑：找痛点打情怀

客户逻辑，是针对某一特定人群的情感诉求。比如江小白卖白酒卖得非常好，但它从来没有说过任何跟酒有关的东西，打什么？是情怀。像刚需客户，在一二线城市就非常好打。比如“别让这座城市留下你的青春，却留不下你”、“省钱买房太辛苦，买房省钱才靠谱”，还有针对客户没时间陪孩子的痛点“孩子叫你爸，却不像亲生的”。

三、价值体系输出

价值输出要坚持两个原则，一个原则是必&须要统一，所有的输出都必&须是围绕核心点不断去重复，去强化。可能逻辑不一样，但zui后所要证明的点都是一样的。

二个原则是从自说自话到说客户利益点。比如项目楼间距有100米宽，如果广告语说“100米楼间距”，跟你对客户说“你比别人每天多晒4个小时太阳”，这会给客户完全不同的感受，从卖点到利益点去转变。