

# 【房地产】某地产：重庆市 香醍漫步前期积客策略





Part 1

第一部分

1

陌拜原由

Part 2

第二部分

2

如何陌拜

Part 3

第三部分

3

陌拜成果



陌拜原由

我们为什么要去陌生拜访

无广告投入

(没有拿到规证,  
无法做广告宣传)

新团队

(置业顾问全部为刚毕业  
学生)

2007年上半年  
3-7月  
香醍现状

无样板区

(样板区、销售中心于  
8月12日建成)

时间紧迫

(8月12日开放样板区, 9  
月9日正式开盘销售并达  
成高标准的销售目标,  
积客时间不足1月)

产品规划  
四轮调整

(受国家政策限制, 项  
目规划数次调整, 无  
准确产品信息)



在这种现状下如何达成目标？

# 我们所能想到的办法

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....



搭建临时  
销售处

购买客户名单

企业品牌推广引发  
客户认知

数据库DM 直投

策划公关性事件

与代理公司合作

搞定竞争对手  
的销售人员

## 无法解决四个核心问题

培养销售团队

找准客群需求

积累真实意向  
客户

高效率的使用  
营销经费



所以我们决定，陌生拜访





## ■ 达成四个目标

全方位的锻炼新销售团队



通过1对1的沟通，深入了解  
客户需求



深入挖掘潜在客户资源，  
实现客户价值最大化



高效使用营销费用

# NO.2

| 如何陌拜

SITUATION

1

准备龙湖企业宣传手册、重庆产品宣传片、物业小故事  
制作简易产品介绍PPT、资料等基本销售道具

SITUATION

2

根据前期产品定位锁定潜在客户集中分布区域及企业

SITUATION

3

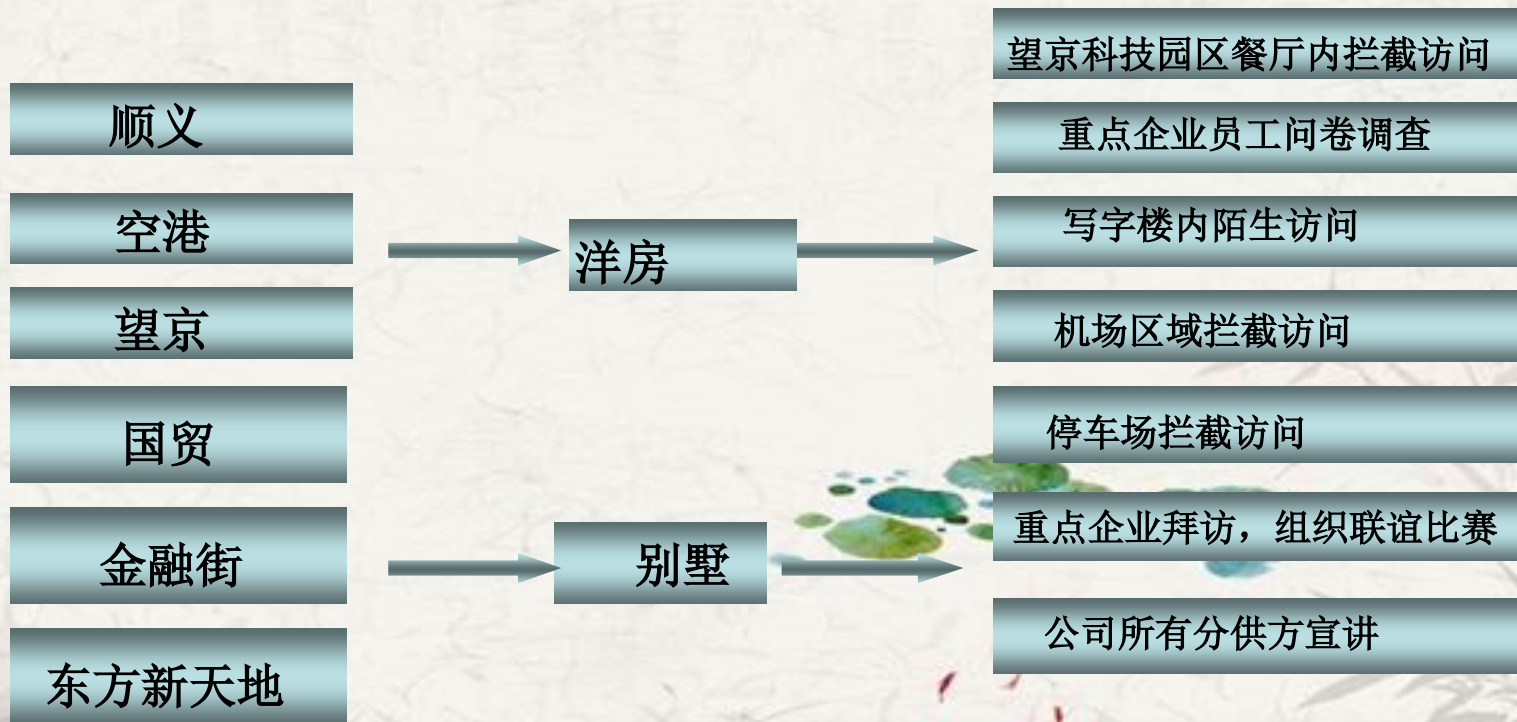
在新浪、搜房、焦点等房地产核心网站的别墅业主论坛中  
发布香醍漫步产品信息及咨询

SITUATION

4

- 1、所有来电咨询的客户一律邀请喝咖啡，进行小型路演
- 2、在潜在客户所在区域进行陌生拦截拜访
- 3、利用已有客户资源深入挖掘背后的潜在客户

# 根据前期产品定位锁定客户集中分布区域



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/916235052134010240>