

铁军风采

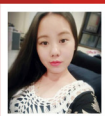
www.trenda.cn

创典全程
TRENDA

2016年10月
总20期



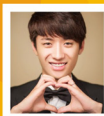
杨静琪



胡媛媛



赵瑞娟



周杰



郑彬彬



赵俊杰



高歌



杨萌



王舒



张宁



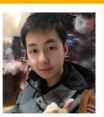
王锐



赵俊



陈俊



王鹏

2016年9月

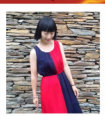
月度销冠



郭钟辉



张云云



邓瑞娟



吕亚



郑文杰



王浩



王岩



高亚亚



赵舒



田文静



孙胜斌



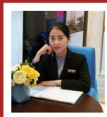
高兵兵



邓泽俊



杨才旺



张睿娟



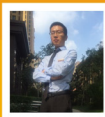
杨舒娟



杨丹



赵倩



王龙



李奥云



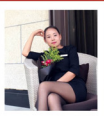
刘小杰



田彦彦



陈昕



宋佳



丁康康



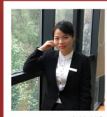
陈超群



谢俊



白宇杰



刘兰彦



陈明



郭阳



陈超群



刘晓武



王军华



王睿娟



张萌



郭娟



郭舒



王东



高文军



孙俊

备注：部分项目因销售价格等原因业绩未达标，暂不进入销冠榜。

明星案场

2016年9月，客户满意度中心通过巡场拍照、来客回访、神秘电话监测三个维度，对47个项目进行监测调查，【春晓华苑】项目在巡场拍照维度得分100分，来客回访维度得分50分，神秘电话监测维度得分100分，最终以100分（百分制）夺得9月份客户满意度调查第一名！

【团队寄语】在城西这块沃土地上，孕育了这样一个尖刀团，他们所向披靡，勇往直前！用时间与付出沉淀出不菲的价值！自上而下、全员一心，用脚步丈量西城的每一个角落、用付出换取每一位业主的欢心、用激情点燃下一棒火炬。干则赢，团必胜！



明星伙伴

公司的发展与合作开发商的认可息息相关，客户的满意是专业代理机构首要追求的重要指标，在2016年6-8月甲方满意度调查中，以下9位优秀员工得到了合作开发商高度认可，充分证明了他们在工作中的不俗表现。



◎张龙飞

项目：科达·东御兰汀
如果没有风风雨雨，就不会有春华秋实。

同事眼中的TA
“神秘人”，从来都是忙得神龙见首不见尾！时刻用铁军的标准要求自己，严于律己，宽以待人，务实高效、可靠踏实，有他万事不用担心！谢谢你龙飞，有你真好！



◎陈强

项目：科达·东御兰汀
真正的强者，不是没有眼泪的人，而是含着眼泪奔跑的人。

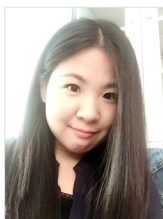
同事眼中的TA
“大众甜心”，在大家心里一直是个温暖的存在，亲和力惊人；沟通能力超强，问题客户的解决高手；工作上严格要求，对业绩有更高的追求，对团队成员有着深切的关爱。



◎王洁琦

项目：长安大街三号
活在当下，任何事都影响不了我当下的状态。

同事眼中的TA
有思想、有冲劲儿，遇事不认输！目标坚韧，对自己的未来及发展充满信心！与团队融合融洽，与甲方对接顺畅，并得到甲方的高度认可！“做好当下、勿忘初心”！



◎雷荣

项目：华远·海蓝城
时刻清晰要什么，然后朝着结果去。

同事眼中的TA
工作中的“范姐”，生活中的“大姐”，甲方最信任的伙伴，团队的最强大脑。创典铁娘子，目标坚定，性格坚韧，工作中的好榜样，只要有她在，团队就会更强大；只要有她在，就没有完不成的任务！



◎赵强

项目：华远·海蓝城
再长的路，一步步也能走完；再短的路，不迈开双脚也无法到达。

同事眼中的TA
不打折的执行力和不断点的责任心，赢得万千宠爱。不论是甲方、团队还是合作方，总想给你点赞！性格沉稳，目标清晰。时时刻刻努力，向上生长姿态！



◎李响

项目：君望·风雅天下
事情到最后都是好的，如果不是，说明还没有到最后！

同事眼中的TA
思维敏捷，判断力强，他的责任感，能感染到每一位同事，使团队的凝聚力更强。每一位同事在团队的大家庭里迅速融入，迅速成长，相信优秀的领导必将带出牛逼的团队！



◎王航

项目：万众国际
不忘初心，方得始终！

同事眼中的TA
这个团队有你真好！



◎王慧

项目：荣民·宫园美岸
我是一切根源，用心可以改变一切。

同事眼中的TA
细心、用心、耐心、责任心，是项目坚强的后盾，也是团队的贴心小棉袄。



◎王露

项目：荣民·宫园美岸
信则成，下势干！努力到无能为力，拼搏到感动自己！

同事眼中的TA
讲解全面，用心，有目标。是个认真踏实，勤奋负责的人，也是个越努力，越幸福的人！



“凡事欲其成功，必要付出代价，奋斗！”

——荣民宫园壹号·杨强



“最困难的时候，也就是我们离成功最近的时候！”

——荣民宫园壹号·魏强



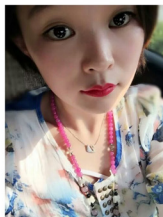
“世上无难事，只要肯登攀！”

——城市锦上·赵强



“一切事情到我为止。”

——城市锦上·马强



“越努力！越幸运！”

——保利曲江春天里·杨晓雪



“坚韧不拔持之以恒，才能靠近成功！”

——保利曲江春天里·董莎

“限购”是保护市场

资源信息中心 石宝雄 | 文



国庆期间笔者化身“超级奶爸”，彻底放下工作融入生活，但依然摆脱不了“房市”

的骚扰。第一件事是笔者的大学闺蜜来电咨询，想把去年在昆山购买已装修入住的婚房卖掉，然后来西安置业，因为他算了一笔账，那套房子已净赚约50万，回西安买房买车后还有余；第二件事是一个发小来电咨询想投资一套房，因为去年堂哥在苏州买的房子已经翻倍了，问西安的房价一年之后能否翻倍。

没错，笔者身边都是普通工薪阶层，当这些人都开始想着投资炒房的时候，说明楼市已“疯”了。

事实上，市场确实非常火爆，相信业内人士的朋友圈在国庆期间已被各大案场的火爆消息刷屏了，到处充斥着房源断货、封盘售信的信息。据经典监测的数据显示，国庆期间样本项目的平均成交量是平时的两倍以上，标杆楼盘大盘在国庆期间的销量普遍突破百套，有的甚至接近200套，市场火爆程度令人瞠目结舌。究竟是什么原因造成如此火爆的市场呢？

在笔者看来，主要原因是市场预期的转变，恐慌情绪的形成。今年以来，热点城市房价的轮动上涨本就让潜在的购房者造成一种刺激，而为了限制房价过快上涨，重点城市不断出台的限购政策相当于从侧面证实了房价上涨过快的事实，而国庆期间多达十几个重点城市密集的限制性政策出台，直击脆弱的购房者神经，再加上我们行业内人士铺天盖地的房价即将暴涨类的消息传播，使还未出台限购的西安市潜在客户形成了房价将快速上涨的一致性预期，再不出手就没有指标或者买不起了，所以需求被集中释放，成交量暴涨。

细想一下，这一轮“限购潮”的密度之大、范围之广、行动之一致性简直可以用匪夷所思来形容，仅十一期间，就有多达15个地级以上城市出台相关限制性政策，这个速度已经超过了2010年9月末“国五条”（中央明文要求地方限购）后的限购落地速度，甚至可以与2014年三季度市场处于低迷时的40城“取消限购潮”相比。所以这绝对不是单一因城施策能够解释的，再结合九月末人民日报的《失去黄金，房产再多我们也无家可归》、《楼市疯了！》两篇文章透露的信息，我们猜测本轮调控应该是中央决策层的意愿。

决策层之所以这次没有直接出手，主要是因为目前全国占比更多的三四线城市仍处在



于库存高企的状态，去库存仍是首要任务，但一二线城市的房价上涨速度与幅度已经让决策层心生警惕，房市目前是经济发展的润滑剂，是调控期间稳增长的关键器，但过热的房市，加杠杆的房市有引发系统性风险的可能性，同时房价的过快上涨也会引发严重的民生问题，所以房市稳定才是决策层的意愿。

此轮调控短期内一定会造成成交量大幅下滑，因为限购限贷会使需求基数期间大幅下降，根据以往的经验，限购之后，成交量将普遍下滑20-50%，量在价先，成交量下滑之后价格也将随之直线直至保护价下。

对于西安市场，短期走势主要是看是否会有限制性政策出台，且限制性政策的力度也与市场短期走势息息相关，因为按照目前的趋势发展，刚性需求被集中消化的速度过快，只有越来越多的投资者客户才能支撑成交量的高位盘整，而一旦限购或者房贷收紧，对于需求基数影响非常大，成交量会骤然下滑，市场也会随之冷却。而我们对于西安政策走向的预判是短期内不会出台限购政策，因为本轮调控是在中央施压背景下发出的，已出台新政的均是房价涨幅过大的城市，说明因城施策的指导思想仍未改变，而西安市场才刚刚走出高库存的阴霾，房价涨幅也极其有限，相关部门没有来自高层的压力，但以目前市场的火爆程度来看，价格暴涨一触即发，而随着价格的快速攀升，西安出台限制性措施的概率将会大幅增加。而从长期来看，不管政策如何变化，西安楼市具有很大的发展空间这一点是不会改变的，尤其是价格的上涨空间，因为阻碍西安房价“起飞”的最大问题——“高库存”在这一轮调控中已经基本化解，而自贸区、多条地铁开通、城市轨道交通等配套完善的红利将逐渐发挥效力，西安房价将随着城市的发展而不断上涨。

回到最初的问题，对于那两个咨询笔者的好友，笔者都给予了相对客观的回答，但我们知道，他们只是想要一个确切的答案，越是理性客观的回答反而不是他们想要的答案，但正是这样一个参与者和构成了市场主体，他们没有系统的知识去分析风险，只能在市场中随波逐流，所以如果没这一轮限购政策的出台，而是放任这些城市的房价加速上涨，那最终的结果一定是地鸣火飞。上帝欲使其灭亡，必先使其疯狂，市场自身在没有到极限之前，总是会给出正反反馈，就像你身价全是一年之内身价翻几倍的房产投资者时，你也不能从浮躁淡定一样。

所以，对于行业发展，笔者认为每一个从业者都应该抱有责任心，消费是需要引导，而不是诱导，细水长流才是正道，大幅震荡很伤元气。笔者是打心底里支持政府调控的，因为没有调控之手，市场将犹如一匹脱缰的野马，失去控制，最后受伤的是全市场所有参与者，而调控能很好的帮助市场“慢”下来。所以即使“被限购”也不要沮丧，因为“只此手”是来保护你的。

新媒体应该如何应用

第七事业部 白萍 | 文



随着科技互联网发展，客户获知渠道发生翻天覆地的变化，传统媒体由于长期以来形成的固定模式，客户关注度持续呈现下滑趋势，关注较多的仅为业内人士。

在此形势下，新媒体悄然诞生，以其创新的创意及精准的投放快速进入市场，各大品牌纷纷尝试，但由于不成熟的投放经验及技巧，效果明显低于预期。

谈到新媒体，每一位地产人都不陌生，从地产的白银—黄金，再回归白银的过程我们都亲身体验，也对各种户外、报广、媒体、渠道等进行过尝试，加上市场的竞争裂变，造成传统媒体给客户的第一反应是“反感”……

那么我们应该如何化解客户对“广告”的抗拒，并从中寻求机会？

一、推广的核心

客户上访问题（解决客户如何知道及如何来的问题）

二、传统媒体与新媒体对比

传统媒体：单立柱、报广、候车厅、电梯等

特点：受众面广、受众范围广、辐射区域限制性强、客户关注度减少；

新媒体：朋友圈、APP、网络互动活动

特点：锁定精准、精准投放、曝光率高、传播速度快、互动性强；

三、新媒体应用（注重客户所有接触端点的体验感）

1. 朋友圈定投

自2015年11月起，腾讯朋友圈定投正式降低门槛，所有广告5万起投，这对各行各业刺激较大，其特点为可以根据客户的标签（客户朋友圈浏览习惯、名片标签）、活动范围快速锁定人群，进行信息投放的形式。

关键词：品牌、创意、标签；

投放要点：

- 1) 品牌形象要树立好（朋友圈定投排版很重要）；
- 2) 链接内容首选视频，要有创意，客户才愿意看（朋友圈定投视频为自动播放）；
- 3) 朋友圈定投根据辐射人群收费，必须对客户标签进行精准选择；
- 4) 投放的区域就是我们的成交客户地图；

2. 今日头条

如今，各类新闻铺天盖地，传统纸媒阅读量年年下滑，客户对新闻的阅读从纸媒已转至手机端阅读，今日头条为典型手机APP，此端口广告投放费用相对较低，但必须有创意，同时与客户互动，才能达到上访的目的。

关键词：创意、走心、互动；



投放要点：

- 1) 必须对项目客群有一定的了解（客户地图、客户年龄、客户喜好、客户关注点）；
- 2) 立意新颖，客户愿意点开阅读（标题、图片拒绝项目信息）；
- 3) 标题（以新闻的方式作为标题，同时触动客户）；
- 4) 互动（点开链接后详情页有咨询电话、参加团购优惠或折扣，客户进入团购链接后报名，到访项目可领取礼品）；

3. 淘宝

网络虚拟交易为目前当下最热门的购物方式，客户人群范围也在逐步扩大，淘宝手机APP广告进而衍生，同时淘宝可对楼盘进行网店经营，利用淘宝优惠券的形式，增加客户关注。

案例：万科城市之光通过淘宝电脑端主页（针对上班、年纪偏大客户）+手机APP端口开屏画（年轻客群）并投的形式，同时配合网店购买优惠券的形式，快速实现新年钜惠的释放。

关键词：淘宝、网店、优惠券；

投放要点：

- 1) 淘宝可以利用，搜房也可以利用（淘宝是一种思维）；
- 2) 网店经营，项目可以在淘宝网上开店，同时配合友链链接，项目线上专属优惠券；
- 3) 优惠券、优惠券是最能吸引客户的点（淘宝上的客户看重优惠）；
- 4) 百度关键词

“有问题找度娘”，这句80后、90后说最多的话，新媒体时代可以尝试对网络关键词的投放，通过对竞品项目名称、本项目卖点、关键词进行选择投放，提高项目客户的同时，利用网络精准营销项目的名称。

案例：西郊悦庭恒大翡翠华庭项目清查中，针对直接竞品万科·金色悦城进行关键词投放，百度搜索万科，链接直接进入恒大优惠页面，效果较好。

关键词：竞品、本案；

投放要点：

- 1) 关注竞品项目是否投放（自己不投放，关注竞品是否投放，保护本项目）；
- 2) 找竞品再投放（分析好客户，找竞品）；
5. 网络红人、大V、微博大咖

充分利用网络红人公众号、微博进行项目广告的投放，此类人群所发表文章阅读量基本保持在10000+/篇以上，且广告费用低，辐射的皆为本地人群，有效达到项目信息的释放。

创典全程2016年第三季度晋级评审会圆满举办

2016年10月13日，创典全程第三季度晋级评审会在公司21层尘埃落定，这是一场创造感动的盛宴，是一次亮剑的冲锋！

每年四次的晋级平台让铁军们有充分展示的平台。评审会现场睿智、清新、沉稳、狂野派的不同代表，尽显铁军的不同风采。

预祝本次顺利通过公司晋级的61位铁军：冠军路，笃定行！相信你们会越来越棒，也期待更多像你们一样精彩的铁军，能够在创典的舞台上绽放自己。



新团队 进场



2016-10-1 创典携手万科
城南再下一城!



2016-10-5 创典携手碧桂园
一战定乾坤!



2016-10-12 创典携手碧桂园
横扫城北一马当先!



2016-10-15 创典携手万达
齐心协力共创北郊新奇迹!



征稿须知

- 【征稿对象】 公司全员
- 【内容要求】 题材、字数不限，内容积极向上，杜绝一切抄袭。
- 【投稿期限】 长期有效，不限篇数，来稿请注明姓名、所属项目。
- 【关于稿酬】 每年6月30日、12月31日【微信“抢”稿酬】
- 【投稿邮箱】 zhuyajing@trenda.cn（资源信息中心朱亚婧）