

房地产定价策略

讲师：李豪

课程简介：房地产项目定价是房地产营销环节中最重要环节之一，价格过高影响销量，价格过低影响利润，如何实现销量与利润双赢的局面，本课就房地产产品定价通过实际有效的工具的方法，以及案例展开课程。

课程时间：1天

课程对象：房地产董事长、总经理、项目公司主要管理人员以及营销团队管理人员等

课程收益：

- 1 学习和掌握房地产项目定价的基本流程、方法以及工具；
- 2 学习和掌握定价与价格走势的策略，以及定价失误后的应对策略；
- 3 掌握定价组合与折扣策略的应用，以及实用工具；
- 4 掌握销售控制与定价、销量、利润之间关系，以及实际操作方法。

课程大纲：

- 1 房地产项目定价的基础
 - 1.1 价格制定流程表
 - 1.2 成本法定价方法

1.3 竞品比较法定价

1.4 价值定价法

1.5 各产品不同定价模式

1.5.1 普通住宅定价法

1.5.2 高端住宅定价法

1.5.3 商业定价法

1.5.4 其他房产产品定价法

1.6 同一项目同一产品价差确定

2 房地产项目常规定价策略与定价失误应对方法

2.1 四种常见定价策略的应用

2.1.1 高开高走式定价策略

2.1.2 中开高走式定价策略

2.1.3 低开高走式定价策略

2.1.4 高开低走式定价策略

2.2 不同定价策略与产品、销量的关系

2.3 定价失误与应对策略

2.3.1 定价过高影响销量的应对方法

2.3.2 定价过低影响利润的应对方法

2.3.3 同一产品价差不同去化失衡的应对方法

3 制定有竞争力的市场启动价格

3.1 价格制定市场摸底

3.1.1 三轮次价格摸底

3.1.2 客户心理底价研究

3.2 价格测试

3.2.1 起价价格测试

3.2.2 涨幅幅度测试

3.2.3 均价与最高价测试

3.3 市场前期铺垫与引导

3.3.1 政策与市场前景引导

3.3.2 产品价值与优秀引导

3.3.3 软硬价值组和引导

3.4 价销量反馈调整

3.4.1 价销量反馈调整流程

3.4.2 调整的策略

4 房地产销售定价组合策略

4.1 低定价、低折扣的策略

4.2 高定价、高折扣的策略

4.3 中定价、中折扣的策略

4.4 一口价的策略

5 房地产销控与定价策略

5.1 房地产销控的作用与实质

5.2 不同产品的销控方法

5.3 销控的流程与定价策略

5.4 双 10%的销控与定价策略

5.5 通过销控与定价组合实现项目利润最大化