

周口在建在售楼盘信息一览表 引来好评如潮

被誉为楼市“晴雨表”

□记者 赵世全

本报讯 由周口日报房地产工作部策划并在周口晚报“楼市家居”专刊中推出的“周口在建在售楼盘信息一览表”活动,一经面市,即获得好评如潮。

在川汇区城建局工作的陈先生告诉记者,周口在建在售楼盘信息一览表第一天在周口晚报上刊登出来,他就看到了,板式很新颖,

规划很合理,分工很精细,周口城区的楼盘特点、位置、电话等一目了然,仿佛周口楼市的“晴雨表”,很不错。

在周口嘉瑞锦都担任销售经理的王菲说,在周口还没有哪一家媒体能像周口晚报这样如此及时、快捷、准确、权威地发布周口楼盘详细信息的,可见,周口晚报走在了其他媒体的前列。周口日报房地产工作部的策划是**前**卫的,也把住

了商家的脉搏,满足了读者的要求,他们会积极参与。

一直急于在周购房的李先生说,近几年一直在外打拼,现在手头有了节余,想抓紧时间^在周口买一套房子。可是,给人家打工,时间由不得自己,自己不可能到周口市内每一家楼盘都去看看,现在可好,手里有了一份周口晚报,周口楼盘信息一览无余,足不出户就可以清楚地知道每一家楼盘的户型

特点,甚至连价格都一目了然,真是太方便了,不明白之处,还可以随时拨打信息表中公布的热线电话咨询,节省了大部分时间,少跑了好多冤枉路,周口日报房地产工作部真是做了一件大好事。希望这个活动越办越好,办出特色,办成精品。

协会关心落实业界问题 商会加强服务再创佳绩

我市地产俩行业组织今年工作忙

□记者 王永剑

本报讯 3月9日,我市房地产协会在平原宾馆举行茶话会,宣读去年的工作总结及今年的工作思路,表示要加强上下联动,增进和有关部门的协调,发挥行业协会的桥梁和纽带作用,及时反映企业的诉求和呼声,跟踪落实业界关注的热点问题。8日,住宅产业商会也召开了第四届常务理事会会议,会议上说,要举办多次地产沙龙活动和房地产市场高峰研讨会,与房地

产协会合作,全年举办两次“政企”或“银企”座谈会。

房地产协会去年举办多项比较大的活动,如8月20日、9月23日分别与住建局、国土局举办“政企座谈会”,充分体现了政府对企业的关心、支持和帮助,为企业的发展营造了更加宽松的环境。协会会员单位由2007年的不足200家,如今发展到近400家,凝聚了行业力量,加强了行业管理,拓展了为企业解决困难的途径。在今年,协会计划举办一到二期房地产经纪

人、经纪人协理培训班;一到二期房地产法律知识讲座或分析形势报告会,不断提高从业人员的能力;组织会员到省内外学习考察,开阔视野,推动我市房地产行业上台阶;组织有实力的企业到周口所属县市进行项目考察,加大对县域房地产的开发投资力度,支持县城镇化建设。

住宅产业商会去年成功举办了5次地产沙龙,强化了企业之间的联系,促进了企业之间的交流合作。在8日的会议上透露,商会今

年要加强信息平台建设,办好商会网站,充实网站内容,加强房地产信息的收集、整理、归纳、反馈;及时向会员单位通报国家、省、地关于房地产方面的最新政策动向、信息,做好本地房地产市场信息的收集、整理、分析工作,指导会员单位科学决策;深入会员单位,调查了解企业存在的问题,争取政府支持,为企业分忧解难;组织会员单位响应政府号召,积极参与光彩事业,帮贫济困。

广告

“织人情”买房 掘下的四个坑

中国人对人情非常看重,买房亦如此。而且,在买房方面并不仅限于买涨不买跌,追随性或恐慌性购买,或者在人气鼎沸中出手。以下列举的几个坑就是难过人情关买房留下的苦果,切记。

1.随大流——口碑配套

大约由大到小包括十余种情形,比较有影响的是,相传项目首次使用市政资源类型的,比如,该项目盛传“光纤入户”、天然气进户、未来轨道的出入口位置就在小区门口……其实这些宣传,在一段时间以后,可能变现,也可能变不了现,与时间有关,长期来看都会变现,问题是,在这种开发商营销加熟客口碑的传播过程中,经历了许多加工,最后,前来看房的都信以为真了,其中有一个重要的错觉,那就是以为这样的配套入住的时候都是现成的!相信这个坑,买房人大都享受过。

2.触景生情——自以为是

现在的营销策略运用已经非常纯熟了,尤其是情境营销,已经由现场布置向人员直接推广转变。一旦你跨进售楼部,售楼员无不想方设法让你全程了解,最重心的就是陪伴你观赏他们的样板区。

开发商做样板区,一般是弥补项目户型方面的弱点、提炼项目注入的人文理念、展示开发商的品牌与实力、量化营销,让消费者买得称心、放心。

毛坯房或图解户型,往往一般人看不到数字背后的户型缺陷。看现场,往往会有有感而发,进而“触景生情”,俨然这个房子就是自己的,在售楼员的温柔攻势下,自觉不自觉地对房子产生好感,当你身入其境以后,除非你不是准客户,不然很难逃脱情网。

3.卖点解说——无中生有

在看房过程中,经常会看到开发商的卖点被转化成为个人独享的东西,而事实上,任何项目,在其用地性质决定了项目报建,其天然条件与后天框架就已基本确定,而售楼员进行的卖点解说,更多就是将卖点转化为买点,而在人性化的服务营销体系下,有许多是买家自己轻信所至的“无中生有”。

比如你对某款户型爱不释手的时^候,售楼员会说,这款户型目前还剩多少多少套,一般数字非常精确并且比较少,甚至有些就是说这款特设户型是保留的,你觉得这是对你的尊重,印象中无疑为项目加分了;比如你选择好了户型以后,总想额外再谋求点人情,以示荣耀,因此,售楼员会非常为难而又非常真诚地为你去找折扣,先是说把他们自己的点用足了,然后再去申请经理掌握的折扣……

4.情不自禁——爱莫能助

织人情让你在反复地欣赏样板区、样板工程,接受售楼员的情感熏陶后有些情不自禁起来:你提的换房、你提的折扣、你提的免除部分费用、你提的合同附加条款等等都在售楼员的努力下完成,售楼员甚至连续几天都围着你转,并且还一再声称,买与不买并不重要,重要的是体验,比较,选择吻合自己心意的好房子,这个时候,织人情的负面效果就是容易忽略存在忽悠的地儿。

比如签订合同时的霸王条款,这个时候你很容易冲动地接受售楼员的曲解而落笔,相反对另一半或其他家庭成员的提示或反抗不屑一顾;比如对方催订的时候,你想都没想就糊里糊涂地交了;尤其是附加在合同当中的一些重要资料,比如户型尺寸标示,对方说这些都是复制的,全一样,不会有出入,你也会认真地答应了、认同了,日后当收房时发现补差时才后悔莫及……

所以买房子要理性,不要为了人情找他人解说帮忙,也不要通过人情与售楼员打成一片后忽略重要关口,最终维权时也拿不出书面证据。

(小帮)