

华燕现象解析·服务篇

文案 章红平



华燕集团董事长胡书芳曾表示,华燕现在既不放“王牌”代理这块牌子,又要紧紧抓住房地产金融相关业务的拓展,做大新的蛋糕。
可以明确的是,立足代理,深耕地产金融服务,将是华燕未来长期的发展策略。
这就预示着:进入蓝海后的华燕,将以两者的结合之势为帆,顺势前行。

- 华燕董事长胡书芳在揭牌仪式上讲话
- 华燕总裁胡炯为华燕房屋理财中心揭牌

扬帆前行

营销代理:实力见证

十多年的发展中,华燕在一手代理方面积累下相当的专业经验,形成了以“市场研究、产品规划、企业包装、销售策略、案场执行及售后服务”完善的全程策划和代理业务。而在该领域提出的“四大模式”、“四大核心”及“六大原则”,分别从运作方式、专业能力、操盘原则几方面,为华燕代理服务护航。

制胜法宝

“四大模式”、“四大核心”及“六大原则”实为华燕代理的制胜法宝。

四大模式包括核心传播营销、概念导入营销、体验感悟营销和服务召唤营销,它们是华燕服务的方

法论,可单独或交叉运用。而华燕特有的媒体传播核心能力表达、广告创意核心能力表达、陈列示范核心能力表达、现场执行核心能力表达的“四大核心”能力保障了上述营销模式的执行效果。另外,在项目执行过程中,华燕坚持求实性、超越性、创造性、整体性、缜密行、绩效性六大原则,大大提高了执行效率。

12年来,华燕累计代理销售面积300万平方米,销售总金额逾280亿元,让24000户家庭住上新房。操盘无数的华燕,在香梅花园、精文城市花园、阳光世纪城、新时空国际广场、愚园公馆、天都国际等一个个优质楼盘成功案例

的锻造下,形成了自己的独特操盘经验。

首创板块营销

华燕或许是上海运用板块概念操作第一人。

在“东苑半岛”项目中,华燕明确提出并高度操作顾戴路板块概念,让该板块成为一大热门,不但直接推动了楼盘销售,更让板块营销模式深入人心,为后来者广泛借鉴。之后,华燕又在板块营销模式下,先后成功操作了“西藏南路高尚居住板块”的“黄浦新苑”、“新顾村板块”的“圣卡洛·铂庭”、异地项目江苏浏河“上海假日”、安徽马鞍山“江东大道板块”的“新都国

际”等,丰富了板块营销经验,成为该领域的领头军。

巧用概念推广

“四季运动汇”项目中,华燕成熟操作“公园地产”概念。这样的概念营销使得项目的地段价值充分放大并创造不可复制的价值点,巨大的销售回报、强烈的市场反响及业界的广泛瞩目再次证明华燕的整合能力及独到眼光。

随着业务的拓展,华燕已陆续在上海、苏州、扬州、常州、张家港、马鞍山等地推出数十个项目,并以佳绩赢得了市场的普遍好评。未来,华燕将继续立足一手代理服务,并向全国稳步拓展。

地产金融:触角伸向蓝海

作为代理商,华燕以客户需求为导向,率先洞察行业先机,将业务触角伸向金融领域,将研发、代理与金融结合起来,创新了代理业服务模式,为客户及自身价值的实现提供条件。

时势之需

就房地产与金融的关系,有专家这样预见,十年后国内房地产金融市场肯定会改变以银行信贷为主导的房地产金融体系,并建立起以资本市场为主导的房地产金融体系。

华燕以民间投融资改革先行者的姿态,率先跨入地产金融服务

领域。2007年,华燕开始转型成“以金融服务为核心的房地产流通领域综合服务商”:一是将以金融服务为核心,在提供房地产服务的同时强调金融方面的服务优势;二是要做房地产流通领域的综合服务商,即在房地产各个流通环节中,甚至是房屋进入流通领域以后提供包括研究、代理、金融等全面服务。

一枝独秀

与传统的纯粹代理行相比,作为综合服务商的华燕无疑具备更强大的功能,它连接上下游客户,

掌握着更为庞大的信息量,更容易获取所需资源。对其服务对象来说,综合服务商深入而全局的眼光,对资源的有效整合利用将为其创造更大的价值。

而相对于其他综合服务商,华燕以金融服务串联起房地产链条中的每一个环节,同时,通过新产品的研究创新及知识产权的有效保护,联动其自身资源及全盘操作模式,形成不可复制的特性,从而区别于行业其他企业。

平台优势

今年年初,上海华燕房屋理财

中心成立,华燕全面切入地产金融服务领域。中心在为房地产企业、金融机构提供专业服务的同时,还专门成立了为普通消费者咨询交流的平台,服务内容主要包括五大类:一是投资理财咨询及抵押贷款咨询服务;二是房屋所有权、使用权、抵押权的活用;三是网上独立经纪合伙人的房屋租赁;四是海外置业;五是房地产的投资管理。

业界人士指出,华燕房屋理财中心的成立是业界在服务领域的一种新探索,有助于企业和普通消费者更为理性地进行房屋的理财和投资。