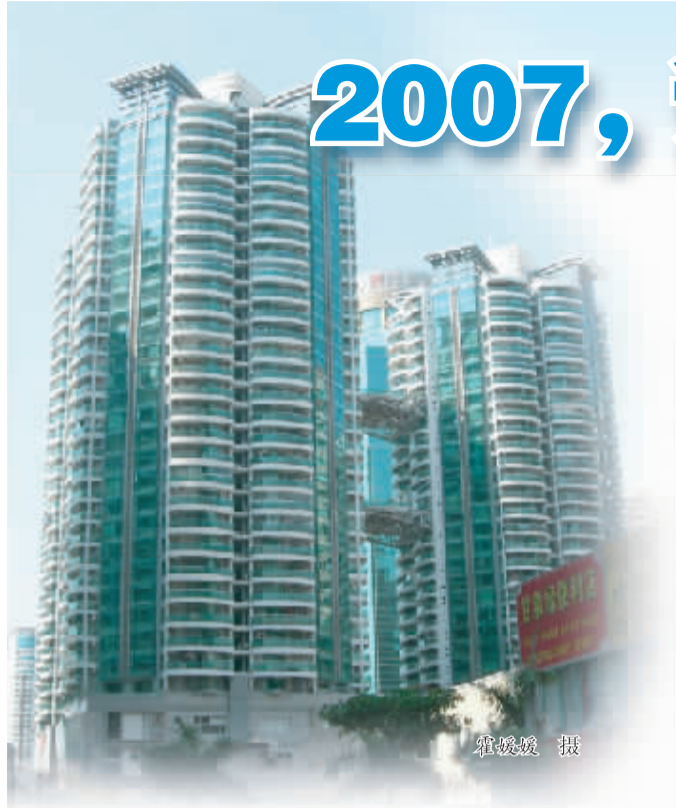


# 2007, 谁在影响洛阳房地产业



霍媛媛 摄

## ◆影响力巨大的“传媒榜”

由洛阳日报社主办, 洛阳日报社广告中心、洛阳日报社地产事业部承办的“2007洛阳最具影响力品牌(企业)传媒榜评选活动”自11月12日全面启动以来, 百货、家电、超市、餐饮、家装等行业的知名品牌(企业)便积极响应, 争当行业翘楚。

本次活动更点燃了洛阳房地产业人气评选的燎原之火, 受到了多家房地产企业的热烈追捧。据悉,

组织方从中精选了5家地产企业、1家地产营销代理公司、3家房产中介公司参评。

其中, 参与的地产企业有: 洛阳泉舜房地产开发有限公司、洛阳盛世弘强房地产开发有限公司、洛阳市凯瑞房地产置业有限公司、河南东方置地有限公司、河南地久置业有限公司。

参与的地产营销代理公司有: 洛阳精顺房地产策划营销有限公司。

参与的房产中介公司有: 洛阳懿皇房地产经纪有限公司、洛阳浩

天房地产经纪有限公司、洛阳四邻·家缘房产连锁店。

## ◆参评企业竞风流

参与的地产开发商, 都是具有实力的知名企业。

作为“闽商标杆”的泉舜地产, 不管是初入洛阳时开发的洛阳首席唐风大社区“盛世唐庄”, 还是将在中心湖正对面拔地而起的泉舜·财富中心, 无不树立了良好的社会形象, 产生了良好的社会效应。

盛世弘强被人们所熟悉, 是因为好品质的奥体花城: 体育公园、洛浦公园、隋唐城遗址植物园和洛河水在这里完美“遇见”, 成就了一个大公园。社区更是按照国内最佳人居标准设计, 无不彰显高品质与人性化。

凯瑞置业作为一个根植洛阳20年的本土企业, 为洛阳五千年文化所滋养, 举手投足间皆是沉稳与大气。其打造的君临广场、君临华府、君临商务和国宝花园, 更可以堪称洛阳的建筑名片。

要担起中原的责任的东方置地, 让占地815亩的“地王”项目——“东方今典”以“百万平米第一大盘”的王者风范, 成为洛阳新千年的第一期待。矗立在洛河之滨的她, 相信一定不会让人失望。

作风务实的地久置业先后开发了滨河新村、地久馨园、地久商

务大厦、奥阳康城、骏景天下、富地国际中心等多个项目, 强大的企业实力背景, 铸就了坚实的品质, 更酿造了“天长地久”的品牌。

房产中介公司也越来越重视品牌建设。目前正在举办两周年庆典的懿皇不动产便是通过不断的塑造和完善自己的品牌, 从而发展到10家连锁店, 并一直在行业保持领先地位; 而拥有了9家直营连锁店的浩天置业, 在不断突破自己的过程中, 也采取了展示公司实力的方式, 从而达到了提高市民对其品牌认可度的目的; 弘盛家缘旗下号称不动产4S店的“四邻·家缘”连锁体系, 现拥有连锁店8家, 它成为本地最大房产连锁体系的目标如何实现? 想必也要借助“品牌”的力量……

市民看开发商要看品牌, 开发商看营销代理也要看品牌。作为地产营销代理公司的代表, 洛阳精顺已经成功代理了兴隆花园、珠江路商业街、数码大厦、水榭王城、中房新街、洛浦春晓、洛浦·御博城、中泰世纪花城等多个楼盘, 它能够以绝对的实力稳居洛阳一流代理公司之首, 成为洛阳房产代理行业的领跑者, 跟品牌的不断累积, 有着必然的联系。

## ◆谁将榜上有名?

“2007洛阳最具影响力品牌(企

业)传媒榜”评选活动给品牌(企业)搭建了一个展示自身实力的舞台, 是检验洛阳地产品牌实力与品牌质量的试金石, 可以反映出洛阳市民对地产品牌的认可程度, 也必然会刺激地产界提高服务质量和产品质量。

同时, 它也是对洛阳房地产企业与品牌市场影响力的一次大检验和大评判, 是各企业进一步提升企业形象和品牌价值的一个重要契机, 更是用市场手段推动企业实施名牌战略、改善投资环境的一个重大机遇。

回首将要过去的2007, 究竟哪些品牌能够打动人心、榜上有名? “2007洛阳最具影响力品牌(企业)传媒榜”评选活动已经接近尾声, 答案即将揭晓……

(霍媛媛)



## 懿德嘉行 业绩皇皇

——解读洛阳懿皇公司市场领跑之四大品质

### 资料链接:

洛阳懿皇房地产经纪有限公司成立于2005年, 主营业务范围包括市场调研、产品定位、包装推广、销售代理、二手房销售、

房屋租赁等, 涵盖房地产策划营销的全部服务领域。多年来, 懿皇公司秉承“实力打造品牌、诚信构筑未来”的经营理念, 致力于成为领跑洛阳二手房市场的专业化、规模化品牌企业。

她, 是洛阳知名的房产经纪公司, 迄今为止营销服务项目遍及全国十余个省市; 她在业界和社会上有着良好的形象, 被评为洛阳房地产经纪行业先进、洛阳市最具价值房地产经纪品牌, 她就是——洛阳懿皇房地产经纪有限公司。日前, 记者走访了洛阳懿皇房地产经纪有限公司总经理白松潮, 并从他的介绍中发现了懿皇公司所具备的领跑市场的四大品质:

### ●以“人”为本

《孙子兵法》曾提出“上下同欲者胜”, 意思是无论打仗竞技, 上下一条心才可取胜。同样, 企业是人的集合体, 企业与企业之间的差距就是人的差距, 拥有一支精英团队更是企业生存与发展的根本需求。而懿皇的骄傲之一, 正是拥有了这样一支洛阳房地产中介行业的精英团队。

洛阳懿皇公司目前在洛阳拥有10家连锁店, 员工100多人, 在这些年里, 中高层管理、策划人员本科以上学历者占85%, 平均有8年以上的房地产及相关行业从业经验。销售人员大专以上学历的占95%, 他们不仅具有较高的专业素质, 过

人的精力和可贵的敬业精神, 还拥有有丰富的专业知识和行业销售经验。

正是这支专业化、高素质的队伍, 给了懿皇公司雄厚的竞争实力和巨大的发展潜力。

### ●不断创“新”

强大的竞争力从哪里来? 从不断的开拓创新中来。懿皇公司对于客户的理解并不局限于不动产消费领域, 相关的业务范围也非常广泛。公司建立了完善强大的业务研发体系, 以对行业深刻的认识和独特的眼光去开发新型的、可持续性的服务品种。

例如, 随着社会的发展, 公司意识到通过以“网站”为基础的信息化渠道, 能把握更多终端客户, 于是“牡丹置业宝典网”诞生了; 公司深知“合作”才能“共赢”, 通过深入调研市场和有效利用各种资源, “牡丹置业亲情卡”应运而生。

其实, 懿皇公司自成立以来, 已在本领域创下多项第一: 第一家进行限时包销业务的推广; 第一家进行独家代理业务的推广; 第一家进行独家代理家政的推广; 第一家进行户外广告业务的推广; 第一家

进行买卖大讲堂学习的推广; 第一家进行商品房代理销售的推广; 第一家推出“一元租赁中介费”活动; 第一家推出“房屋银行业务”……也许正是这些“第一”奠定了洛阳懿皇公司行业“领跑者”的地位。

### ●因“势”利导

孙子认为: “胜兵先胜而后求战”, 指出了战略准备和战略制定的重要性。同样, 企业也要从战略高度对竞争环境、发展优势等进行充分了解。

面对国家针对二手房市场出台的各种政策及我市二手房市场的发展困境, 洛阳懿皇公司发现, 目前洛阳二手房交易数量与其他房地产较为发达城市相比差距明显, 市场潜力巨大; 公司还通过对客户资源进行有效的细分转化, 达到客户资源在渠道内的充分利用, 形成对销售的有力支撑; 通过报纸、路牌和网络等众多渠道进行有效宣传。

在看到市场形势及发展困难的同时, 懿皇公司也不忘总结自身优势: 客户群体广泛、熟悉多种商业项目的运营模式、善于做别人不会做或做不好的业务……

这种战略式的分析和总结, 对

公司的发展因势利导, 无疑是懿皇在洛阳市场上做大、做强的关键。

### ●好学善“思”

竞争力强的企业必须是与时俱进的企业, 必须是善于学习和不断思考的企业。在白松潮总经理的介绍中记者发现, 懿皇公司有着非同一般的“思考”能力: 如何完善服务功能满足更多消费者的需求? 如何看待洛阳房地产经纪业的发展方向及未来?

懿皇里有着一支善于学习的队伍, 他们定期培训, 强化管理, 不仅学习行业发展现状、房产经纪公司的业态格局, 还学习如何完善和强化自身品牌服务体系, 如何团结合作。

懿皇里有着一支善于深思的队伍, 在他们的学习资料中, 记者看到的是

“洛阳房地产经纪业发展机会与威胁分析”、“企业的发展历程深思”、“我们对市场的深思”等内容。

正是这种强大的思考能力和学习能力, 让懿皇公司保持着明显的市场竞争优势, 在面临市场风浪的时候, 能从容应对、化险为夷。

懿德嘉行, 造就业绩皇皇。懿皇人主张“对人保持永恒的尊重”, 主张“团结合作、共赢天下”, 如今, 懿皇已经越做越大、越做越强, 我们有理由相信, 这个行业“领跑者”今后一定会迎来属于她的更多的辉煌! (宋玉峰)

