

房地产：新上项目销售失败的10大原因 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E6_88_BF_E5_9C_B0_E4_BA_A7_EF_c41_65823.htm

近几年来，房地产业的销售现状已经完全从以前的卖方市场转变为买方市场，房地产开发商以前的“只要房子建起来就不愁没有人买”的日子已经一去不复返了。而2004年包括国际知名的金融机构在内的社会各界又纷纷指出内地房地产市场有泡沫嫌疑，这直接影响了2005年房地产销售工作的举步唯艰，使得开发企业不得不拼死争夺市场上固有的客户资源，市场竞争的白热化程度可想而知，更有专家学者指出2005年是内地房地产市场最难以预测的一年。本文详细列举新上市商品房项目销售失败的10大原因(不计地段)，旨在提醒房地产企业，不要因为项目前期准备工作的不充分而导致项目的滞销，甚至死盘。当然，以下各因素对项目的影响不是绝对的。

- 1、消费者对项目的满意度不够(25%) 地产项目的满意度主要是消费者对小区品质、物业管理服务水准以及物业价值的评价。任何行业，只有客户认可产品，对产品满意才能赢得客户的青睐，房地产行业也不例外。所以作为开发商就应该在园区规划、户型设计、绿化、容积率、物业管理等一切地产项目的细微之处做足文章，才能有立市之本。
- 2、市场定位模糊，卖点不明确(20%) 市场定位决定着项目的营销方向，是开发商赋予项目的一种文化一种精髓，在项目的实操过程中是不可忽视的一个重要环节。比如某市有一个项目叫“空间”，单套面积不大，但价格很贵，配套服务有酒吧、洗浴中心各种等娱乐场所，主要以一些有钱的“逍遥派”人物为目标客户群

体，虽然项目定位很大胆，但此项目抢占了市场的一个空白点，对销售起到了很大的推动作用。此项目一经面市，就以鲜明的定位被抢购一空。

3、价格过高，无法与竞争对手相抗衡(10%) 无论怎么样，买房对于消费者来说用的是真金白银，价格自然是其考虑的重要因素，一是看自己有没有这样的实力，二是看物业的性价比是否合理。当然，针对同类项目没有购买实力的消费者不是项目的目标客户群，但如果是因为物业的性价比不够理想，造成物业售价过高，是非常不利于与竞争对手竞争的。

4、入市时机不正确(7%) 入市的时机主要考虑销售季节、周边竞争对手销售情况等。假如在项目所属东北地区，冬季工程又不能施工，如果楼盘大肆宣传而又不能得到消费者认可，则第二年就会对项目的推广有一定的影响，特别是期房销售。在对待竞争对手方面，一是要做到先下手为强，赢得市场先机，这是针对入市时间与自己相差不多的竞争对手时的方法；二是要运用“太极拳”原理，借力打力，要么等竞争对手少把项目区域炒作的成熟时入市，要么等竞争对手把市场做得一塌糊涂的时候入市，充当救世主的角色。当然，前提你有足够的实力。

5、项目知名度不够(8%) 新上市项目的知名度不够对项目销售的影响主要有两点：第一，影响来访客户的数量，降低了成交几率；第二，客户的虚荣心作祟，没有人愿意在亲朋好友面前说自己买了一个谁都不知道的小区。按照百姓的思维，知名度的高低往往决定着项目的品质。

6、项目的销售管理、控制不合理(12%) 假如你的项目没有特别优于别人的卖点，那么你能只能依靠一个强有力的销售团队来完成项目的快速销售。一是现场的人员，可以凭借优秀的销售经理进行管理与指导；二

是房源控制，不要把朝向好、户型好、面积适中的房源全部放出，要有计划，而一个小区优秀的、能够吸引买家的房源是相当有限的，你全卖光了，剩余的房源拿什么吸引客户？

7、项目的工程进度慢(3%) 曾经操作过一个项目，工程进度慢的“惊人”，单净载一项就做了2个月，期间很多客户到销售现场参观，有的甚至来了几次，销售人员做介绍时客户说的最多的就是等你的项目起来2、3层我再买，还有的客户对销售人员说：“你们房子怎么还是个坑啊？”，销售人员只有多费口舌解释：我们是要拿精品工程，地基做的好啊！稍有常识的人都知道这是借口而已。等到项目真的起来2、3层的时候，销售人员做回访，对方的回答却是：我已经在别的地方买完了。可以想象，工程进度对项目的销售情况的影响是不可小窥的。

8、开发商信誉不好(3%) “群众的眼光是雪亮的”，对房地产项目来说，而群众的言语是有杀伤力的，如果开发商没有良好的信誉，客户就会考虑是不是开发商又在骗人？项目能不能顺利交工？项目能象规划的那样吗？等等一系列的疑问会困扰着消费者，这时他们是摇摆不定的，只要有稍微理想的项目，他们是不会选择信誉不好的开发商所开发的项目的！

9、促销活动不合适(5%) 一是不合适宜的促销，比如楼盘定位是休闲养老的小区，你搞个买楼送电脑什么的，老人家甚至电脑都不会用，这个对他有吸引力吗？二是促销力度不够，无论你的价格有多低，消费者都认为你还有很大的利润，所以他们让你一降再降，对于优惠他们是不会满足的，所以有些开发商提升销售单价，加大折扣力度的促销策略也是可取的。

10、企业领导的个人意愿(7%) 企业领导的个人思想往往决定着项目的规划建设、小区品质，甚至在

项目的销售过程中，领导的思想会阻碍项目定位、广告推广、促销活动的实施，致使项目销售受到不良影响。以上所列各项都会对新上市项目的销售有所影响，但不是绝对的，应根据项目的实际情况参照对比，以便在项目销售过程中规避风险，快速实现资金回笼，为实现房地产开发企业的下一步战略目标奠定基础。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com