



25°



碧桂圜营销



碧桂园·贵安府复盘分享（七） 破解车位四大法

—【福建二部车位去化方案】—



福建二部 2017.10.10



目录

CONTENTS

第1法

规避捆绑风险、实现洋房价格转移

——长乐碧桂园阳光城愉景湾项目车位去化方案

第2法

巧设洋房折扣，减小抗性，客户主动购买

——古田碧桂园悦府车位去化方案

第3法

未雨绸缪，派发车位券，提前实现回款

——福清碧桂园华榕世纪城车位去化方案

第4法

车位成本、售价分摊至洋房，买房送车位

——福鼎碧桂园二期·福鼎湾车位去化方案



25°



碧桂园营销
每一个生活态度



第一法：规避捆绑风险、实现洋房价格转移

——长乐碧桂园太阳城愉景湾项目车位去化方案

《《01》》



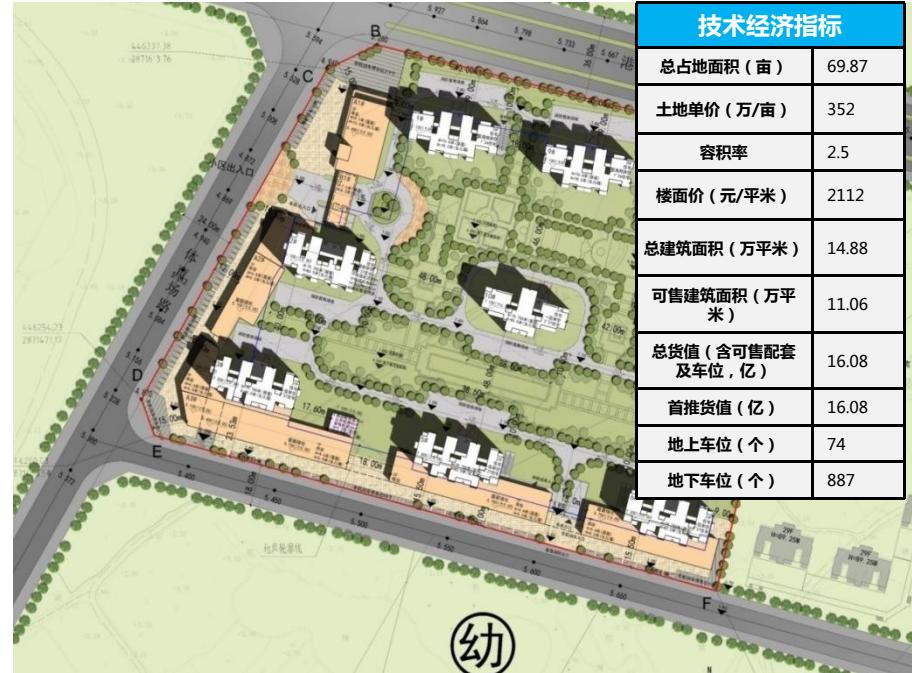
一、项目概况

长乐愉景湾项目占地**69.87**亩，总建约**14.88**万m²。

项目9月22日开盘，推售洋房**1057**套、产权车位**632**套、人防车位**255**套），开盘即清盘，利润率**23%-24%**。

二、车位去化难点

- 如何提升价格，并让客户买单
- 相关部门对街边停车缺乏制约管理
- 客户对车位需求观念淡薄





25°

碧桂園营销
Country Garden Marketing

背景：项目无产权车位255个、产权车位632个，市场价格12-13万/个，最终实现产权车位25万/个。

本项目如何实现开盘车位去化100%，破除四线城市车位去化困境？

STEP 1

【购买车位优先选房，摸查车位购买意向】

8月10日项目启动升筹排号，捆绑销售车位，同时输出购买车位的客户的选房顺序将优先于不购买车位的客户，并且输出车位价格20多万，提高客户的心理价格，降低抗性。

STEP 2

【强化车位销售口径，刺激客户购买车位】

为进一步提高车位意向客户质量，对外口径为住宅1057套，车位才632个，想买到好房源，要购买车位才行，况且以后要自己居住，有车位才是长久之计。

STEP 3

【开盘设置好选房及车位流程，规避投诉风险】

线上微信选房，线下选车位，挤压客户购买车位，实现车位全部去化。

开盘当日上午8:30客户微信选房，选中房源后到达开盘地点，考虑好车位的客户优先进场，选择购买车位，

先交付车位定金办理车位认购手续，后办理住宅定金认购手续。



25°



碧桂园营销
每一个生活细节



第二法：巧设洋房折扣，减小抗拒性，客户主动购买

——古田碧桂园悦府车位去化方案

《《02》》

一、项目概况

碧桂园悦府位于福建省宁德市古田县，占地**31.12亩**，总建约**7.43万m²**，项目9月16日开盘，推售**948套**（洋房**544套**、车位**404个**），开盘当天洋房去化81%，车位去化86%，开盘15天内（截止9.30），洋房去化**91%**，车位去化**100%**，利润率**17.66%**。

二、五线城市车位去化困境

- 街边可随意停放车辆
- 相关部门对街边停车缺乏制约管理
- 客户对车位需求观念淡薄





25°

碧桂園营销
Country Garden Marketing

背景：项目无产权车位404个、市场车位均价8-9万/个，去化率25%左右，项目车位均价7万/个。

本项目如何实现开盘车位去化100%，破除五线城市车位去化困境？

STEP 1

【购买车位优先选房，摸查车位购买意向】

8月22日项目启动升筹排号，105m²热卖户型强制捆绑销售车位，同时输出其他户型购买车位的客户的选房顺序将优先于不购买车位的客户，截止开盘前2周，意向购买车位客户仅200多组，**车位意向客户数量不足**；

STEP 2

【设置购买车位洋房专属折扣，优惠金额分摊洋房表价】

为进一步提高车位意向客户数量，设置购买车位洋房专属折扣**“认购洋房单位同时认购车位，洋房可享3万元优惠”**，404个车位全部去化将共优惠1212万元，上价格方案时分摊至544套洋房表价，洋房总货值维持不变。

STEP 3

【强化车位销售口径，刺激客户购买车位】

强化车位销售输出口径，直击客户痛点：**“车位价格才7万多，买车位洋房优惠3万（相当于洋房优惠250-350元/m²），实际价格才4万一个，远低于市场价”**，利用客户**“占便宜”**的心理，迅速提升购买车位意向客户，最终实现开盘车位快速去化。



25°

碧桂园营销
Country Garden Marketing

第三法：未雨绸缪，派发车位券，提前实现回款

——福清碧桂园华榕世纪城车位去化方案

《《03》》

一、项目概况

碧桂园华榕世纪城位于福建省福清市，占地**185.5亩**，总建约**45万m²**。项目一期派卡**3277台**，升筹**2251组**，5月20日开盘，推售**779套**（洋房**755套**、商铺**24套**），开盘即清盘，利润率**21%-22%**。

二、车位去化难点

- 车位未达预售条件，无法销售
- 相关部门对街边停车缺乏制约管理
- 客户对车位需求观念淡薄





25°

碧桂园营销
Country Garden Marketing

背景：项目地下车位1952个，其中一期地下车729个，项目车位定案价10万/个。

本项目如何破除车位未达预售条件，实现车位提前回款，促进未来销售？

STEP 1

【价值转移、降低风险、提前回款】

利用洋房热销，将难销产品车位的部分价格（3万元/个）转移至洋房，降低车位难销风险，同时借助洋房开盘间接实现一期车位提前回款2337万元。

STEP 2

【派发车位券、大幅让利、促进销售】

洋房捆绑派发3万元车位券，大幅降低车位总价，激发客户购买需求，促进销售。

STEP 3

【热销传递，挤压去化】

计划二期洋房与一期车位同时集中开盘，利用洋房火爆热销挤压车位销售，实现高去化率。



碧桂园
Country Garden



第四法：车位成本、售价分摊至洋房，买房送车位

——福鼎碧桂园二期·福鼎湾车位去化方案

《《04》》

一、项目概况

碧桂园·福鼎湾位于福建省福鼎市，占地**55.674**亩，总建约**11.95万**m²，洋房共741套，地下车位 668个。项目于9月28日开盘，推售**219套**（洋房**219套**）。

二、车位去化难点

- 车位未达预售条件，无法销售
- 相关部门对街边停车缺乏制约管理
- 客户对车位需求观念淡薄
- 车位无产权，人防车位比重大





25°



碧桂園营销

/



背景：项目地上车位143个，地下车位692个。

本项目如何破除车位未达预售条件，实现车位提前回款，促进未来销售？

STEP 1

【价值转移、降低风险、提前回款】

车位配比1:0.9，车位配比充足，利用洋房热销，将难销产品车位的成本、价格转移至洋房，降低车位难销风险，同时借助洋房开盘间接实现一期车位提前回款。

STEP 2

【买房送车位、大幅让利、促进销售】

大开盘拉高车位价值，输出以卖房送车位噱头吸引客户，对外输出车位价值5-8万/个，均摊房价每平400-700元/平，减少客户对洋房的价格抗性，激发客户购买需求，促进去化。

STEP 3

【热销传递，挤压去化】

大开盘后，集中签约，按时签约赠送车位生效，挤压客户按时签约，后期摇号选车位，避开开盘，为后期现场小开盘蓄势。利用洋房热销，逐步缩减赠送车位，为整个环节作好收口，实现整体高去化。



营销背景 | 项目背景



- ▶ **区位**：福州连江县贵安村，行驶距离28公里。
- ▶ **板块特征**：交通配套利好驱动板块发展，自然环境优越，目前为价格洼地，未来升值潜力大。
- ▶ **产品规划**：栋复式洋房（878套），栋别墅（396套）
- ▶ **目标**：年度集团目标**8.9亿**，内控目标清盘。



谢谢聆听！