



日照兴业房产的工作人员仔细向客户介绍项目情况。



一位客户认真阅读本报推出的海景房巡展特刊。



不少意向客户赢得主办方送出的奖品。

特设贵宾券 抵一万元房款

本报日照海景房山东巡展莱芜站完美落幕

8月3日上午,日照海景房山东巡展莱芜站成功举办。近百位当地的消费者到场参会,咨询日照海景房的相关情况。日照兴业房产派出了14人的推介团队,宣传企业形象和公司项目。在现场,兴业房产还专门设立了贵宾券,可抵一万元房款,给当地消费者颇为给力的优惠。据了解,此前不少意向客户,就是通过这样的推介会,了解到日照的海景房。

文/片 本报记者 李玉涛 发自莱芜

近百意向客户到场 了解日照海景房

此次日照海景房山东巡展莱芜站由齐鲁晚报《今日日照》和《今日莱芜》联合主办,是巡展第二站,也是本报组织的日照海景房第五次异地推介。推介会地点设在莱芜馨百酒店。

本次推介会得到了日照兴业房产的大力支持,该公司为莱芜的消费者推介了十大高品质楼盘项目。8月3日上午8点左右,莱芜馨百酒店已是一片忙碌的景象。日照兴业房产的工作人员忙着摆放宣传资料和易拉宝。工作人员统一着装,以饱满的精神状态迎接客户的到来。

上午10:00,推介会正式开始,近百位当地的意向客户来到现场,人潮涌动。主持人先是简单介绍了日照的相关情况,并通过一段短片,让客户详细了解了日照这座美丽的海滨城市。之后,日照兴业房产的工作人员详细介绍了兴业玫瑰山庄、兴业银河华府等项目。

当天,一位莱芜房地产企业的负责人吴先生也来到推介会现场咨询日照海景房。“之前我去过

日照,对日照并不陌生。”吴先生说,他此前通过报纸看到了推介会的消息,当天喊了两个朋友一起来到现场。“我想在日照买套房度假用。莱芜离日照不远,交通也挺方便。”

14人团队出动 宣传企业形象和项目

据了解,本次推介会,日照兴业房产提前做了大量的准备工作。“通过去年的枣庄、滕州巡展和今年的泰安巡展,我们的推介会做得越来越成熟,这次我们的准备工作算是最充分的一次。”该公司销售经理赵理梅说。

据介绍,本次推介会,日照兴业房产派出了14人的庞大团队,可谓是最大规模出动。此次异地推介会主要目的仍然是宣传企业形象和公司项目。

“上次泰安巡展,我认识了一名客户,到现在还联系着,虽然他的购房意向不大,但他跟周围的朋友宣传我们的企业和项目,这也算是一种成功。”赵理梅说。

据介绍,很多外地的客户都是通过推介会得知日照兴业房产的项目。“这种推介会不光有利于宣传企业形象,也可以锻炼置业

顾问。”她说,一个成功的置业顾问要懂各方面的知识。

“比如说有个莱芜的客户到我们项目上看房,如果置业顾问了解莱芜的风土人情,用莱芜的方式与他交流,就会与客户找到共同的话题,成交率可能就高。”赵理梅说。

优惠力度大 特设一万元贵宾券

本次推介会,为了吸引当地的消费者,日照兴业房产推出了颇为给力的优惠政策,特设贵宾券,可抵一万元房款。

“这次的优惠力度比泰安巡展更大,客户在享受正常优惠的基础上,凭着优惠券还可以享受一万元的优惠。”日照兴业房产的一名工作人员说。

据介绍,该贵宾券有效期至2014年8月1日,超长期的有效期给客户提供了充足的时间。推介会结束后,不少客户都索要贵宾券,让工作人员忙得一时应付不过来。

本次推介会还设置了抽奖环节,三轮抽奖共有9个幸运客户获得了大奖,奖品有电热水壶、电饭煲和榨汁机。

相关新闻

既推介又参观高端项目 参展房企此行收获不少

本次推介会,除了传统的房企推介环节,本报还特意联系了当地的高端项目,带领参展房企去参观。

8月3日上午11点半左右,推介会圆满结束。中午经过短暂休整,主办方又带领参展房企的工作人员来到由恒大地产集团开发的恒大金碧天下项目参观。

当地项目的工作人员热情接待了观摩团,详细介绍了他们的项目,并带领观摩团到别墅样板间进行参观。日照兴业房产的工作人员仔细观看,有的还拿起笔进行记录,拿起手机进行拍照。

“宣传词的字体、字号设计是很有学问的,哪个字该大,哪个改小,都是很有讲究的,我拍下来回去让我们的设计人员也学习学习。”日照兴业

房产的一位负责人指着别墅样板间墙上的一句宣传词,向记者说道。

“这次真是来值了,既宣传了企业,推介了项目,又参观了大企业做的高端项目,真是受益匪浅。”日照兴业房产一名工作人员说。

此前,今年1月份,本报还专程组织日照房企到省城济南参观一些高端房地产项目“取经”。一些房企代表表示,通过观摩看到了差距,也明确了发展方向。

据了解,接下来,巡展将走进淄博,继续日照海景房山东巡展之旅。“相信通过这一次巡展,我们的日照海景房会在内陆城市引起不小反响,让更多的关注日照海景房。”日照兴业房产的相关负责人说。

本报记者 李玉涛

谣言就这样产生

“学生失踪帮忙转发”“大盘鸡传艾滋病”“卖光盘被城管逼下河”……一条条“爆炸性”信息在网络传播,冲击着人们的视线。经验证,这些都是网络谣言。

要么别有用心,要么吸引眼球,要么谋求利益……为何虚假的谣言会带来如此大的影响力,谣言背后又藏着怎样的陷阱?

别有用心的:

大盘鸡传含有艾滋病毒

谣言:“紧急通知:最近不要在外面吃东西,尤其是大盘鸡、烧烤和凉拌菜。20000多名艾滋病感染者涌进各个城市,把自己的血滴到食物里。此事已被公安部卫生部证实。收到后,马上发给你关心的人。”

点评:这条信息最早在2011

年就开始流传,之后每年7月前后都会改头换面出现,公安部门早就联合多部门核查,未发现有关艾滋病人投毒案件。这类谣言的目的就是扰乱社会秩序,造成社会恐慌或是引发社会矛盾。

吸引眼球型:

9只蚊子成被杀空姐

谣言:“北京今日发生重大血案,9名空姐被残忍杀害,其中一名尸体竟然被残忍肢解!这起凶杀案发生在北京的一处合式宿舍,当救护人员和警方赶到时,9名空姐已全部死亡。”

点评:这个谣言自2009年以来曾多次在互联网上出现,所述事发地点涉及杭州、深圳、乌鲁木齐、济南、兰州、上海等多地,其实原文仅为一个段子,配

图为一张9只死蚊子的图片。类似的谣言还有两只狗咬死13只鸭子,被网友杜撰成“一家13口惨遭灭门,元凶在逃”。

掺杂利益型:

橄榄油是最佳食用油

谣言:“橄榄油被认为是迄今所发现的油脂中最适合人体营养的油。橄榄油对婴幼儿的发育极为适宜,它的基本脂肪酸比例与母乳相仿,是人最佳食用油。”

点评:橄榄油与母乳中的脂肪组成相去甚远,甚至可称是婴幼儿的“劣质食品”。橄榄油炒菜时其中的抗氧化成分容易被破坏,从而失去可能存在的“营养优势”。类似的传言还有“6月2日中央电视台《焦点访谈》播出安利等美资直销公司销售转基因产品”,经查证,《焦点访谈》当天播出的节目内容并未涉及安利,安利纽崔莱蛋白质粉原材料

为非转基因大豆,并获得国际权威机构认证。

以讹传讹型:

吃榴莲饮可乐毒过眼镜蛇

谣言:“一位中国游客在泰国旅游的时候,吃了很多榴莲之后又喝了可乐,结果引发心脏病猝死。泰国明确规定,食用大量榴莲后,8小时之内不能饮可口可乐。”

点评:对榴莲可乐一起食用可致死这种说法完全没有科学依据,几乎不可能。有些疾病的发生和当事人的体质有关,不要都“怪罪”到食物上。

爱心诈骗型:

“谢露”多地频繁失踪

谣言:“一名北京三中的学生叫谢露,13岁,消失几天了,她爸爸的号码是1320786××××,爱心接力,我的好友们都帮

忙转下,必有后报。”

点评:实际上北京三中压根儿就没有谢露这个人,此前“谢露”已在很多地方失踪过,且都是当地三中的学生,比如嘉兴三中、南昌三中等等,留的手机号码也是一个,来自广西百色。这类谣言常以“爱心”的形式让人“自愿”转发。

封建迷信型:

不转遭厄运

谣言:“今天是貔貅生日”,“转了发财”,“转了为母亲祝福”,“不转遭遇厄运”……

点评:这些微博、微信以诅咒或爱心的形式让阅读者不得不转。转吧,不转有点良心不安或是惴惴不安——骗子要的就是这效果。这类信息迎合了某些网民的心理,信息本身不会带来多大的恶性后果,其实是某些人做的噱头,起到某种营销的目的。 据北京晚报