第一图书网, tushu007.com

# <<物业营销>>

## 图书基本信息

书名：<<物业营销>>

13位ISBN编号：9787300092232

10位ISBN编号：7300092233

出版时间：2008-5

出版时间：中国人民大学出版社

作者：蔡小峰 编

页数：208

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

## 内容概要

本教材紧扣房地产业发展的特点，一方面着眼于对传统营销手段的改造，另一方面大力推广新兴的营销手法，不拘泥于传统市场营销的内容与形式，而是结合我国房地产业发展的最新态势，对传统教材的内容进行了取舍、充实、完善、发展，增加了物业网络营销的内容。
教材在编写过程中严格遵循以下原则： 1.科学性。
本书以市场营销学的基本理论体系为依据，对核心概念、基本原理、基本方法的阐述力求科学、严谨和准确。
2.适用性。
本书遵循高职高专“理论够用，重在实践”的教学原则，注重学生专业素质和技能的培养，力求造就适应行业发展与社会需求的人才。
3.创新性。
本书在编写过程中，密切关注我国物业市场的新动向，注重吸收新的观点、概念和理论，并强调物业营销是物业产品与物业服务营销的整合。
本书既可作为高职高专物业管理、房地产经营、房地产估价专业学生的教材，同时也可作为物业企业工作人员和经营管理人员的专业参考书，其他行业人员也可从中了解物业营销业务知识。

## 书籍目录

第1章 市场营销与物业营销 1.1 市场营销概述 1.2 营销理念的演进 1.3 物业营销概述 1.4 物业营销的发展趋势第2章 物业市场调研与预测 2.1 物业市场概述 2.2 物业市场调研概述 2.3 物业市场调研的基本程序 2.4 物业市场调研的方法 2.5 物业市场预测 2.6 物业调研问卷设计第3章 物业营销环境分析 3.1 物业营销环境概述 3.2 物业微观营销环境分析 3.3 物业宏观营销环境分析 3.4 环境分析第4章 物业购买行为分析 4.1 顾客价值理论 4.2 消费者需求 4.3 物业购买行为的模式及影响因素 4.4 物业购买行为决策第5章 物业市场细分与定位策略 5.1 物业市场细分 5.2 目标市场的选择 5.3 物业市场定位第6章 物业产品与服务策略 6.1 物业产品概述 6.2 物业产品策略 6.3 物业产品生命周期与营销策略 6.4 物业品牌策略 6.5 物业产品开发策略 6.6 物业服务策略第7章 物业产品价格营销策略 7.1 物业产品价格概述 7.2 物业产品价格的构成及影响因素 7.3 物业产品定价的基本程序 7.4 物业企业定价的基本方法 7.5 物业产品定价策略 7.6 物业产品的价格调整第8章 物业营销渠道策略 8.1 物业营销渠道概述 8.2 物业营销渠道的管理第9章 物业促销策略 9.1 物业促销与促销组合 9.2 物业人员推销 9.3 物业广告策略 9.4 物业产品的销售促进 9.5 物业产品的公共关系第10章 物业网络营销 10.1 物业网络营销概述 10.2 物业网络营销的环境 10.3 物业网络营销组合策略参考文献

第一图书网, tushu007.com



版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com