

<<房地产市场营销>>

图书基本信息

书名：<<房地产市场营销>>

13位ISBN编号：9787300145617

10位ISBN编号：7300145612

出版时间：2012-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：叶剑平，邹晓燕 编著

页数：296

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>

## <<房地产市场营销>>

### 内容概要

《房地产市场营销(第2版)》在第一版的基础上进行修订。

房地产营销是开发商全方位、全过程地适应市场需求的自觉行为,是由市场调查、方案制定和建筑总体设计、价格定位、广告中介服务、售后服务以及信息反馈等组成。

它要求开发商去了解市场,了解客户的需求,以客户的需求来生产产品,从而使其生产的产品能够被市场接受。

但由于房地产产品的异质性、稀缺性及位置固定性等特点有别于一般商品的特性,使其营销手段更复杂,也更具挑战性;同时,网络营销的发展给房地产企业提供了一个新的运作天地,它不仅影响到房地产企业的营销,甚至影响到房地产企业的内容管理、运作流程和房地产产品本身。

《房地产市场营销(第2版)》将理论知识与实证分析相结合,通过实战案例和情境方式,强化读者的实际感受和实际操作经验。

## <<房地产市场营销>>

### 书籍目录

#### 第1章 房地产市场营销导论

- 1.1 什么是市场营销
- 1.2 房地产市场营销概述
- 1.3 中国房地产市场营销的阶段发展特征及趋势

关键术语

复习思考题

#### 第2章 房地产市场营销环境分析

- 2.1 人口统计环境
- 2.2 经济环境
- 2.3 政策环境
- 2.4 行业管理环境
- 2.5 技术环境

关键术语

复习思考题

#### 第3章 房地产产业结构和竞争分析

- 3.1 房地产产业结构分析
- 3.2 房地产战略集团的划分
- 3.3 竞争对手分析
- 3.4 不同类型开发商的市场竞争战略
- 3.5 顾客导向与竞争导向的平衡

关键术语

复习思考题

#### 第4章 房地产消费者分析

- 4.1 消费者行为模式和购买决策过程
- 4.2 住宅消费偏好的主要影响因素
- 4.3 房地产细分市场的购买行为影响因素

关键术语

复习思考题

#### 第5章 房地产市场调查

- 5.1 房地产市场调查的内容
- 5.2 调查方法与调查规模
- 5.3 市场调查的程序
- 5.4 资料收集与运用

关键术语

复习思考题

#### 第6章 房地产市场细分和目标市场选择

- 6.1 房地产市场细分的概念和作用
- 6.2 房地产市场细分依据
- 6.3 房地产市场细分方法和程序
- 6.4 目标市场选择

关键术语

复习思考题

#### 第7章 房地产产品定位

- 7.1 房地产产品的概念与产品定位
- 7.2 房地产产品定位流程

## <<房地产市场营销>>

7.3 产品定位原则

7.4 产品定位的目标取舍

7.5 产品定位的实用技巧

7.6 产品定位方案的分析与评价

关键术语

复习思考题

### 第8章 房地产市场营销策略

8.1 房地产市场营销品牌策略

8.2 房地产市场营销价格策略

8.3 房地产市场营销渠道策略

8.4 房地产市场营销促销策略

8.5 房地产市场营销广告策略

关键术语

复习思考题

### 第9章 房地产关系营销

9.1 房地产客户关系管理

9.2 房地产合作伙伴关系管理

9.3 房地产渠道营销关系管理

关键术语

复习思考题

### 第10章 房地产营销计划、组织、执行与控制

10.1 房地产营销计划

10.2 房地产营销组织概述

10.3 房地产营销组织设计过程

10.4 房地产营销执行

10.5 房地产营销控制

关键术语

复习思考题

参考文献

<<房地产市场营销>>

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>