

<<房地产营销策划>>

图书基本信息

书名：<<房地产营销策划>>

13位ISBN编号：9787507741186

10位ISBN编号：7507741184

出版时间：2012-10

出版时间：李雪妍、张远索 学苑出版社 (2012-10出版)

作者：李雪妍，张远索 著

页数：310

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>

<<房地产营销策划>>

内容概要

《资源环境与城乡规划管理专业集中实践系列教材·房地产营销策划：案例分析与实践》是资源环境与城乡规划管理专业集中实践教学的系列教材之一，主要内容包括房地产市场调查与分析，房地产项目市场定位、经济评价、价格制定、包装与推广、策划报告撰写以及房地产销售人员的培训与管理等内容。

《资源环境与城乡规划管理专业集中实践系列教材·房地产营销策划：案例分析与实践》形式活泼，重视方法与案例。

各章通过“先导案例”、“详解案例”、内容中插入的小案例等增加学生的感性认识，培养学生的操作能力。

此外，每章特别增加实训练习的内容，力求达到学以致用。

《资源环境与城乡规划管理专业集中实践系列教材·房地产营销策划：案例分析与实践》可作为高等院校、职业院校、专科学校及其他高等职业教育相关专业开设的房地产营销课程教材，也可作为房地产开发企业、房地产营销策划公司或房地产经纪公司等从业人员的培训、参考用书。

<<房地产营销策划>>

书籍目录

第一章房地产营销策划概述 1.1 营销策划的相关概念 1.1.1 市场 1.1.2 市场营销 1.1.3 策划与营销策划 1.2 房地产营销策划的含义、特点与发展 1.2.1 房地产是一种特殊的商品 1.2.2 房地产市场的特殊性 1.2.3 房地产营销策划的含义与特点 1.2.4 我国房地产营销策划的发展历程与趋势 1.3 房地产营销策划的内容、流程与注意 1.3.1 房地产营销策划的主要内容 1.3.2 房地产营销策划的流程与注意事项 第二章房地产市场调查内容与技能 2.1 房地产市场调查的相关概念与理论 2.1.1 相关概念 2.1.2 房地产市场调查的必要性 2.1.3 房地产市场调查的内容 2.1.4 房地产市场调查的程序与步骤 2.2 房地产市场背景调查内容与技能 2.2.1 房地产市场背景调查的内容 2.2.2 房地产市场背景调查的方法 2.3 房地产市场竞争调查理论与方法 2.3.1 房地产市场竞争调查的理论 2.3.2 房地产市场竞争调查的方法 2.4 消费者调查内容与技能 2.4.1 消费者调查的内容 2.4.2 消费者调查的方法 2.5 房地产市场调研中的抽样设计 2.5.1 抽样调查的一般问题 2.5.2 随机抽样技术 2.5.3 非随机抽样技术 2.5.4 抽样误差与样本量 2.5.5 相关案例 附件 第三章房地产市场分析内容与技能 3.1 市场分析的相关概念与理论概述 3.1.1 市场分析相关概念 3.1.2 市场分析理论 3.2 机会分析方法与案例 3.2.1 市场机会分析内容 3.2.2 市场机会分析方法 3.2.3 市场机会分析案例 3.3 竞争分析的方法与案例 3.3.1 竞争者的类型 3.3.2 竞争分析的方法 3.3.3 竞争分析案例 3.4 消费者行为分析方法与案例 3.4.1 关键问题 3.4.2 分析方法 3.4.3 消费者行为分析案例 3.5 详解案例 第四章房地产市场定位内容与技能 4.1 房地产项目市场定位 4.1.1 房地产项目市场定位的内容 4.1.2 房地产项目市场定位的原则 4.1.3 房地产项目市场定位的程序 4.2 房地产市场细分概述 4.2.1 市场细分的概念与原因 4.2.2 市场细分的作用 4.2.3 房地产市场细分与选择的原则 4.3 市场细分参数的选择 4.3.1 住宅市场的细分参数 4.3.2 生产营业用房市场的细分参数 4.4 市场细分的方法和程序 4.4.1 房地产市场的细分方法 4.4.2 房地产市场的细分程序 4.5 房地产项目目标市场的选择 4.5.1 房地产项目目标市场选择模式 4.5.2 房地产项目目标市场策略 4.5.3 影响目标市场及营销策略选择的因素 4.6 房地产项目产品定位 4.6.1 功能 4.6.2 规划 4.6.3 建筑 4.6.4 户型 4.6.5 配套 4.7 详解案例 第五章房地产经济评价内容与技能 5.1 经济评价的相关概念与理论概述 5.1.1 房地产投资的含义与类型 5.1.2 房地产经济评价的含义与内容 5.1.3 房地产经济评价中常用的基本概念 5.2 房地产项目成本费用与投资估算 5.2.1 土地费用 5.2.2 开发费用 5.2.3 期间费用 5.2.4 税费及不可预见费 5.3 房地产项目投资、收入估算和资金筹措 5.3.1 房地产项目总投资的构成 5.3.2 房地产项目收入估算 5.3.3 房地产项目资金筹措 5.4 房地产项目的财务分析 5.4.1 编制基本财务报表 5.4.2 盈利能力分析 5.4.3 偿债能力分析 5.5 房地产项目的不确定性与风险 5.5.1 敏感性分析 5.5.2 临界点分析 5.5.3 概率分析 5.6 房地产项目方案比选分析 5.6.1 方案比选的含义和作用 5.6.2 投资方案类型 5.6.3 方案比选指标 5.6.4 方案比选原则 5.7 详解案例 第六章房地产价格制定方法与技能 6.1 房地产项目的定价目标 6.1.1 利润最大化目标 6.1.2 扩大市场占有率目标 6.1.3 保持稳定避免竞争目标 6.1.4 维持生存目标 6.1.5 小结 6.2 影响房地产项目定价的主要因素 6.2.1 项目成本 6.2.2 市场供求 6.2.3 竞争状况 6.2.4 产品特点 6.2.5 消费者心理 6.2.6 小结 6.3 房地产项目的定价方法 6.3.1 市场导向定价 6.3.2 成本导向定价 6.3.3 竞争导向定价 6.3.4 消费者导向定价 6.3.5 小结 6.4 房地产项目价格制定和调整策略 6.4.1 新项目开盘定价策略 6.4.2 销售过程价格调整策略 6.4.3 销售时点价格调整策略 6.4.4 小结 第七章房地产项目包装内容与技能 第八章房地产市场推广内容与技能 第九章策划报告撰写与汇报的内容与技能 第十章销售人员培训与日常管理的内容与技能 参考文献

<<房地产营销策划>>

章节摘录

版权页：插图：综上所述，房地产企业应从不同的角度，识别自己的竞争对手，关注竞争形势的变化，以更好地适应和赢得竞争。

(3) 房地产市场竞争者优劣势分析的内容 产品。

竞争企业产品在市场上的地位，产品的适销性，产品系列的宽度与深度。

销售渠道。

竞争企业销售渠道的广度与深度，销售渠道的效率与实力，销售渠道的服务能力。

市场营销。

竞争企业市场营销组合的水平，市场调研与新产品开发的能力，销售队伍的培训与技能。

生产与经营。

竞争企业的生产规模与生产成本水平，设施与设备的技术先进性与灵活性，专利与专有技术，生产能力的扩展，质量控制与成本控制，区位优势，员工状况，原材料的来源与成本，纵向整合程度。

研发能力。

竞争企业内部在产品、工艺、基础研究、仿制等方面所具有的研究与开发能力，研究与开发人员的创造性、可靠性、简化能力等方面的素质与技能。

资金实力。

竞争企业的资金结构，筹资能力，现金流量，资信度，财务比率，财务管理能力。

组织。

竞争企业组织成员价值观的一致性与目标的明确性，组织结构与企业策略的一致性，组织结构与信息传递的有效性，组织对环境因素变化的适应性与反应程度，组织成员的素质。

管理能力。

竞争企业管理者的领导素质与激励能力，协调能力，管理者的专业知识，管理决策的灵活性、适应性、前瞻性。

(4) 房地产竞争者的市场反应行为 迟钝型竞争者 某些竞争企业对市场竞争措施的反应不强烈，行动迟缓。

这可能是由于竞争者受到自身在资金、规模、技术等方面的能力的限制，无法做出适当的反应；也可能是因为竞争者对自己的竞争力过于自信，不屑于采取反应行为；还可能是因为竞争者对市场竞争措施重视不够，未能及时捕捉到市场竞争变化的信息。

选择型竞争者 某些竞争企业对不同的市场竞争措施的反应是有区别的。

例如，大多数竞争企业对降价这样的价格竞争措施总是反应敏锐，倾向于做出强烈的反应，力求在第一时间采取报复措施进行反击，而对改善服务、增加广告、改进产品、强化促销等非价格竞争措施则不大在意，认为不构成对自己的直接威胁。

强烈反应型竞争者 竞争企业对市场竞争因素的变化十分敏感，一旦受到来自竞争挑战就会迅速地做出强烈的市场反应，进行激烈的报复和反击，势必将挑战自己的竞争者置于死地而后快。

这种报复措施往往是全面的、致命的，甚至是不计后果的，不达目的绝不罢休。

这些强烈反应型竞争者通常都是市场上的领先者，具有某些竞争优势。

一般企业轻易不敢或不愿挑战其在市场上的权威，尽量避免与其做直接的正面交锋。

不规则型竞争者 这类竞争企业对市场竞争所做出的反应通常是随机的，往往不按规则出牌，使人感得不可捉摸。

例如，不规则型竞争者在某些时候可能会对市场竞争的变化做出反应，也可能不做出反应；它们既可能迅速做出反应，也可能反应迟缓；其反应既可能是剧烈的，也可能是柔和的。

<<房地产营销策划>>

编辑推荐

《资源环境与城乡规划管理专业集中实践系列教材:房地产营销策划:案例分析与实践》可作为高等院校、职业院校、专科学校及其他高等职业教育相关专业开设的房地产营销课程教材,也可作为房地产开发企业、房地产营销策划公司或房地产经纪公司等从业人员的培训、参考用书。

<<房地产营销策划>>

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>