第一图书网, tushu007.com

<<物业管理市场营销策略>>

图书基本信息

书名：<<物业管理市场营销策略>>

13位ISBN编号：9787111179153

10位ISBN编号：7111179153

出版时间：2006-1

出版时间：机械工业出版社

作者：房春生

页数：253

字数：287000

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

本书从物业管理市场拓展的基本概念入手，明确分析了物业管理市场营销方面的基本原理。
从实战角度出发，在阐述理论的同时重注阅读掌握相关方法和技巧，进而提高工作能力。
　本书深入浅出地介绍了目前物业管理市场拓展的现状、特点及各地市场的基本情况；提出了物业管理公司如何组建市场拓展机构及实施相应保障措施；点明了市场拓展人员应具备的基本素质及能力；在分析市场上不同的项目类型、不同的客户心理基础上，确定了与客户不同的合作模式，并阐述了物业管理公司市场拓展的一般流程、市场拓展的基本技巧。
本书第8、9章详细论述了标书制作的基本原则、制作标书的窍门及误区，答辩的准备、提纲的拟订、现场答辩的技巧、策略。
第11章主要介绍市场拓展人员应掌握的使用文书。
附录部分收集了各地收费标准供读者参考。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

王荷，物业管理资源、物业管理第三方组织、物业管理文化营销、东方文化物业管理等概念与理论的创始人。
公开发表企业文化、物业管理经营等各类文章100余万字

<<物业管理市场营销策略>>

书籍目录

序前言第一篇 物业管理市场营销基础 第1章 物业管理市场拓展概论 1.1 物业管理市场拓展的基本知识 1.1.1 物业管理市场 1.1.2 物业管理市场拓展的发展阶段 1.1.3 物业管理市场拓展的地位和作用 1.2 物业管理与房地产业在市场拓展上的比较 1.2.1 营销内容 1.2.2 营销组合 1.2.3 营销模式 第2章 物业管理市场拓展的保障措施 2.1 组建市场拓展机构 2.1.1 市场拓展部门的形式 2.1.2 市场拓展人员的选择 2.2 市场拓展人员的培训 2.2.1 培训计划与内容 2.2.2 培训方式与方法 2.2.3 培训考核 2.3 市场拓展的基础要素 2.3.1 宣传资料 2.3.2 服务模式 2.3.3 参观基地 2.3.4 企业文化 第3章 物业管理市场拓展人员的基本素质 3.1 基本常识与技能 3.1.1 掌握物业管理的基本常识 3.1.2 应用礼节与礼仪 3.1.3 现代办公工具的应用 3.2 沟通与表达 3.2.1 沟能的原则与方法 3.2.2 表达的原则与方法 3.2.3 言语表达要求第二篇 物业管理市场营销策略 第4章 物业管理市场拓展的一般流程 4.1 市场信息的收集 4.1.1 信息的来源 4.1.2 信息的分析与甄别 4.1.3 建立信息库 4.2 全面掌握与目标项目相关的情况 4.2.1 发展商的基本情况 4.2.2 项目和客户的基本情况 4.2.3 竞争对手的情况 4.3 营造适宜的气氛 4.3.1 选择合适的媒体做广告 4.3.2 与客户联络感情 4.4 标书的制作与答辩 4.4.1 制作标书 4.4.2 答辩 4.5 项目考察与签约 4.5.1 接待项目考察工作 4.5.2 签约的程序、内容及原则 第5章 物业管理市场项目类型分析 5.1 市场项目的分类原则和基本类型 5.1.1 物业项目分类的基本原则 …… 第6章 物业管理客户的心理分析 第7章 物业管理市场拓展的基本技巧 第8章 物业管理标书的制作要素 第9章 物业管理招投标的答辩第三篇 物业管理市场营销资料 第10章 各地物业管理市场的基本情况 第11章 文书和表格附录参考文献

编辑推荐

中国知名的物业管理品牌——开元国际物业管理毕其菁华倾情奉献。
您想成为著名的物业管理职业经理人吗？
您想将企业打造成名牌物业管理公司？
请您翻开——物业管理职业经理人素质教育丛书。
一套实用性极强的丛书，从多角度对物业管理活动进行了深度解析。
《物业管理市场营销策略》从实战角度出发，理论结合实际，重在让读者掌握市场营销的方法、技巧，迅速提高能力。

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