

<<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：9787309022483

10位ISBN编号：7309022483

出版时间：1999-05

出版时间：复旦大学出版社

作者：吴若权

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

内容提要

房地产是我国近二十年来新兴的、发展迅速的产业，随着房地产的开发，房地产营销人员的队伍正在日益壮大，本书可作为房地产营销人员学习和掌握营销知识的通用型教材。

全书共分：房地产与房地产市场、房地产市场营销、市场调查与营销环境分析、房地产营销市场的细分化、房地产市场预测和可行性研究、房地产市场营销决策、房地产营销产品策略、房地产营销渠道策略、房地产营销价格决策、房地产促销组合策略、房地产人员销售、房地产营销与政策法规、房地产营销与金融保险、房地产市场营销与CIS等十四章。

<<房地产市场营销>>

书籍目录

目录

- 第一章 房地产与房地产市场
 - 第一节 房地产业的地位和功能
 - 一 房地产的概念和特征
 - 二 房地产业
 - 三 房地产业的地位和作用
 - 第二节 我国房地产业发展的状况
 - 一 我国房地产业发展取得的成就
 - 二 我国房地产业发展的前景展望
 - 第三节 房地产市场体系
 - 一 房地产市场
 - 二 房地产市场构成
 - 三 房地产市场的特殊性
 - 四 房地产市场的功能
 - 五 房地产供求市场分析
 - 六 地产市场
- 第二章 房地产市场营销
 - 第一节 营销观念的演化
 - 一 生产导向
 - 二 产品导向
 - 三 销售导向
 - 四 市场营销导向
 - 第二节 房地产市场营销的概念
 - 第三节 房地产市场营销的特点
 - 一 房地产市场营销是市场营销的分支
 - 二 房地产商品的独特性
 - 三 大营销观念
 - 四 房地产市场营销与法律制度密切联系
 - 五 房地产营销独特的经济运作方式
 - 六 房地产市场上政府的政策作用明显
 - 第四节 房地产市场营销研究的效应
- 案例 研究市场、研究需求 A花园的营销策略
- 第三章 市场调查与营销环境分析
 - 第一节 市场调查
 - 一 市场调查的概念
 - 二 市场调查的作用
 - 三 市场调查的内容
 - 四 问卷调查
 - 第二节 市场调查的步骤
 - 一 目标的确定
 - 二 初步调查
 - 三 正式调查
 - 四 调查资料分析
 - 第三节 市场调查的实例
 - 一 一般问卷样式

<<房地产市场营销>>

- 二 外销商住楼房市场调查的要点
- 三 市场分析报告要点
- 四 调查结论样式
- 五 商务楼盘调研的特点
- 第四节 房地产营销环境分析
 - 一 房地产企业的微观环境
 - 二 房地产企业的宏观环境
 - 三 消费者分析
 - 四 影响消费者购买的主要因素
- 案例一 分析环境, 创出特色
- 案例二 某花园的保值销售
- 第四章 房地产营销市场细分化
 - 第一节 房地产市场细分化
 - 一 房地产市场细分
 - 二 市场细分原则
 - 三 房地产市场细分
 - 四 房地产企业营销市场细分化的必要性
 - 第二节 房地产市场细分化的方法和程序
 - 一 单维因素法
 - 二 三维因素法
 - 三 变量组合法
 - 四 房地产市场细分的程序
 - 第三节 房地产目标市场策略
 - 一 目标市场
 - 二 目标市场策略
 - 三 选择目标市场策略的相关因素
 - 四 产品定位
 - 案例 目标市场定位
- 第五章 房地产市场预测和可行性研究
 - 第一节 房地产市场预测概述
 - 一 房地产市场预测的功能
 - 二 市场预测的基本原则
 - 三 市场预测种类
 - 第二节 房地产市场预测的内容和程序
 - 一 房地产市场预测的内容
 - 二 房地产市场营销市场预测内容
 - 三 房地产市场预测的基本程序
 - 第三节 房地产市场预测方法
 - 一 经验判断法
 - 二 定量预测法
 - 三 选择预测方法的准则
 - 第四节 可行性研究
 - 一 可行性研究的作用
 - 二 可行性研究的内容
 - 三 可行性研究的依据
 - 四 可行性研究的步骤
 - 案例 可行性研究

<<房地产市场营销>>

第六章 房地产市场营销决策

第一节 房地产市场营销决策概述

- 一 市场营销决策的概念
- 二 市场营销决策的分类
- 三 市场营销决策的内容

第二节 房地产市场营销决策的原则与程序

- 一 市场营销决策的原则
- 二 市场营销决策的程序

第三节 决策技术

- 一 决策类型
- 二 各类决策内容
- 三 定性决策方法

第四节 决策中的效用理论应用

- 一 效用理论概述
- 二 效用值的测定和效用曲线

第五节 决策者的素质

- 一 营销决策者的素质构成
- 二 决策者掌握的决策原则

案例一 某小区运用国家优惠的政策决策

案例二 C花园向成本的极限挑战

第七章 房地产营销产品策略

第一节 房地产产品的构成和类型

- 一 房地产产品整体概念
- 二 房地产产品的类型

第二节 房地产产品的组合策略

- 一 产品系列延伸策略
- 二 扩大产品组合策略
- 三 缩短产品组合策略
- 四 产品系列现代化策略
- 五 产品系列号召策略

第三节 房地产产品开发策略

- 一 一般产品的生命周期
- 二 房地产产品生命周期
- 三 开发新产品的类型
- 四 住宅小区 房地产新产品开发实例
- 五 房地产新产品构思来源的多元化

第四节 房地产个别产品策略

- 一 产品属性策略
- 二 品牌策略
- 三 服务策略
- 四 售后服务

附 房地产开发项目规划设计方案中的

主要技术经济指标

案例一 购买良好环境

案例二 什么朝向最佳？

第八章 房地产营销渠道策略

<<房地产市场营销>>

第一节 房地产营销渠道

- 一 营销渠道的概念
- 二 营销渠道的功能
- 三 营销渠道的结构
- 四 商品住宅确定营销渠道的特点

第二节 房地产中间商

- 一 中间商的作用和类型
- 二 房地产经纪与房地产经纪人

第三节 房地产营销渠道的运作

- 一 影响营销渠道选择的因素
- 二 房地产代理商营销渠道
- 三 经纪人营销渠道
- 四 房地产经纪活动的程序
- 五 营销渠道选择与策略
- 六 房地产营销渠道评估
- 七 营销渠道的管理
- 八 营销渠道的控制

第九章 房地产营销价格决策

第一节 房地产价格

- 一 房地产价格
- 二 价格弹性
- 三 房地产价格的形式
- 四 房地产价格的结构

第二节 房地产定价

- 一 房地产定价原理
- 二 房地产价格形成原则
- 三 房地产定价目标
- 四 房地产定价的主要方法

第三节 房地产价格策略

- 一 折扣和折让定价
- 二 差别定价
- 三 心理定价
- 四 满意定价法
- 五 超值定价法
- 六 房地产市场营销价格策略实施

第四节 价格变动和应变策略

- 一 房地产企业变价
- 二 客户对价格变动的反应
- 三 竞争者对价格变动的反应
- 四 企业对竞争者变价的价格策略

案例一 “商品房安居房价格要分流”

案例二 创造楼盘销售奇迹 F花苑

案例三 理想的居住小区 金桂苑

第十章 房地产促销组合策略

第一节 促销组合的概念

- 一 房地产销售的特点
- 二 促销组合工具

<<房地产市场营销>>

- 三 促销组合模式
- 四 促销成本效益
- 第二节 房地产广告策略
 - 一 房地产广告的功能
 - 二 选择广告媒体
 - 三 房地产广告策略实施
 - 四 广告词的写作
 - 五 房地产企业形象广告
- 第三节 销售促进策略
 - 一 销售促进
 - 二 销售促进的类型
 - 三 销售促进内容
 - 四 房地产促销方法
- 第十一章 房地产人员销售
 - 第一节 房地产人员销售的概念
 - 一 “问题的解决者”
 - 二 房地产人员销售的特点
 - 三 人员销售的目标
 - 第二节 销售人员的选择
 - 一 优秀销售人员的条件
 - 二 房地产优秀销售人员素质
 - 三 招聘程序
 - 第三节 销售人员培训
 - 一 培训内容
 - 二 培训方式
 - 第四节 人员销售的过程
 - 一 准备阶段
 - 二 发现机遇
 - 三 树立第一印象
 - 四 介绍
 - 五 谈判
 - 六 面对拒绝
 - 七 对不同消费者个性的对策
 - 八 接待实例分析
 - 九 销售人员的报酬与激励
 - 十 销售人员的经验
 - 第五节 房地产交易
 - 一 房地产交易
 - 二 房屋买卖
 - 三 房屋买卖合同
 - 四 房地产交易税费
 - 案例一 两种销售员
 - 案例二 以诚待人的销售人员
 - 附 上海市房地产交易中心介绍
- 第十二章 房地产营销与政策法规
 - 第一节 房地产法律制度概述
 - 一 房地产法的概念

<<房地产市场营销>>

二 房地产法分类及其体系

三 房地产法的地位和作用

第二节 房地产的权利

一 房地产产权

二 房地产所有权

三 其他权利

第三节 房地产产权登记

一 新建房屋的初始注册登记

二 房地产产权变更登记

三 房屋产权登记应注意的事项

四 他项权利登记

第四节 房产买卖程序

一 订立房地产买卖合同

三 VI：视觉识别策划

案例一 上海某住宅营销计划书

案例二 CIS的表现形态 品牌

后记

<<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>