第一图书网, tushu007.com

<<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

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

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

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