

<<房地产市场定位技巧>>

图书基本信息

书名：<<房地产市场定位技巧>>

13位ISBN编号：9787504740953

10位ISBN编号：7504740950

出版时间：2012-3

出版时间：中国物资

作者：克而瑞(中国)信息技术有限公司

页数：167

字数：202000

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>

<<房地产市场定位技巧>>

前言

谁是被需要的房地产人才 人才是企业之本，也是关乎企业未来发展的最重要的核心资源之一。企业的竞争，从某种意义上讲是人才的竞争。

随着市场经济的进一步发展，企业间的人才之战硝烟滚滚，如何管好人才、用好人才、留住和培养人才成为企业在激烈的竞争中成长发展的关键，也是企业管理中一个重要的课题。

从八面玲珑的“江湖客”转向国际化职业经理人 近年来，房地产业已经成为我国国民经济的支柱产业，对推动我国国民经济的发展起着举足轻重的作用。

房地产业的高速成长使得越来越多的房地产企业将人才战略作为企业发展的重中之重，对人才的需求与日俱增，对人才也提出新的要求。

整个行业对于人才的理解已经发生了明显改变：从八面玲珑的“江湖客”转向分工细腻、一专多能的国际化职业经理人，而人才结构的逐步完善也是房地产行业走向健康与规范的关键之一。

但是整个产业的人才现状却难以满足企业的现实需求，人才因素成为了制约房地产企业持续发展的主要原因。

无论什么时候，人才总是短缺，在今天中国的房地产界更是如此。

早些年还是“时势造英雄”的时代，哪怕没资金、没学历、没背景，在房地产江湖上翻腾几年，说不定也能成就一番传奇。

如今，草莽之气渐远，房地产行业越来越庞大，也越来越理性，这两者都增大了房地产行业对于人才的胃口。

要么选择企业，要么选择城市 随着房地产发展的主要市场由一线城市向二、三线城市转移，人才流动也将出现区域性流动的特点，主要表现在：第一，人才流动量逐年递增；第二，商业营销管理类人才特别是高端人才需求量会急剧增加；第三，综合管理型、一专多能型、专业拔尖型人才会成为企业争夺的重点。

品牌房地产企业的战线早已深入二、三线甚至四线城市，人才当然也得跟着“上山下乡”。

现在的市场竞争就是人才的竞争。

谁拥有人才，谁就占有很大的优先权。

房地产人才必须面对的现实是：要么选择企业，要么选择城市。

企业问的人才“暗战”永不停息 房地产企业理性了，候选人才也理性了，房地产人才需求正在向精细化运作过渡，逐渐呈现理性和平稳的发展态势，这跟国家对房地产行业的调控有明显关联。

尽管如此，房地产业仍处在“战国时代”，无论大企业、小企业，都同样渴求人才，围绕人才的“暗战”将永不停息。

而《房地产无师自通手册》就是这场“暗战”中培养核心人才的必备手册。

编者 2011年10月

<<房地产市场定位技巧>>

内容概要

本书对房地产市场定位的操作要点进行了全面梳理，对市场调研、市场细分、市场分析与预测三大环节进行了系统化地阐述，以“操作要点+实战案例”的形式对市场定位进行了实操演练。

<<房地产市场定位技巧>>

作者简介

克而瑞（中国）信息技术有限公司是一家专门从事房地产信息技术系统研发的高科技公司。公司以中国房地产海量信息数据库为基础，面向开发商、投资商、基金公司、金融机构、评估机构、营销机构等各类房地产上下游企业及机构，提供全面、精准的信息服务。

<<房地产市场定位技巧>>

书籍目录

- 第1堂课 房地产市场定位概述
 - 市场定位基本内涵
 - 市场定位核心价值
 - 市场定位七大功能目标
 - 市场定位整体定位体系
 - 市场定位基本模式
 - 市场定位五大通病
 - 某市A项目市场定位分析初步结论
- 第2堂课 房地产市场定位操作要点解读
 - 市场定位八大定位原则
 - 市场定位整体策略和通路策略
 - 市场定位七类定位方法
 - 长沙某项目市场定位的经验分析
- 第3堂课 房地产市场定位核心步骤演练
 - 市场调研是获取市场信息的主要途径
 - 合理细分市场，精准锁定目标客户
 - 进行市场分析，作出有效市场预测
 - 某房地产项目目标客户定位
- 第4堂课 进行市场定位，完成定位目标
 - 进行项目产品定位
 - 进行项目客户定位
 - 无锡市某项目一期客户定位
 - 进行项目价格定位
 - 某商业街项目市场定位及消费者分析
- 第5堂课 房地产市场定位报告标准模板
 - ××项目基本概况
 - ××项目宏观市场分析
 - ××项目竞争产品分析
 - ××项目研究及分析判断
 - ××项目目标客户群定位
 - ××项目产品定位建议
- 参考文献

<<房地产市场定位技巧>>

章节摘录

1 市场定位基本内涵 市场定位最早源于里斯和屈特提出的定位的概念，他们认为：定位是以产品为出发点，如一种商品、一种服务，但定位的对象不是产品，而是针对潜在客户的思想。而另一种比较流行的概念是：定位就是公司设计出自己的产品和形象，从而在目标顾客心中确定的与众不同的有价值的地位。

这两种概念都有一个核心内容，那就是定位都是消费者的心理，希望在消费者心中确定一个能代表产品形象的事物，这种事物会影响到消费者在消费这类产品时首先就会考虑到本产品。

房地产市场定位的概念，是从市场营销学中借鉴而来的。

房地产项目的市场定位是指在市场调研和市场分析的基础上，明确目标市场，选定目标客户群体，确定项目档次，设计建设标准的过程。

那么，如何理解房地产市场定位呢？

一、市场定位是挖掘市场机会而不是改变产品本身 房地产项目市场定位就是要在消费者心中树立起一个代表产品形象的事物，这个树立过程就是挖掘市场机会的过程，而不是产品的包装过程。

或者，换句话说产品的包装过程不是市场定位。

在定位过程中可能会对产品的外观、名称、价格等作出变化，但目的不是为了变化而是为了向消费者心里靠拢，在消费者心中“勾画”一个容易被接受的“轮廓”。

一个市场定位准确的房地产项目，或者说一个更贴近目标消费群体消费意愿的项目，当然会有更好的市场前景和市场机会，更容易得到目标消费群体的青睐。

因此，若想获得更好的市场机会，则必须精深钻研项目的市场定位，只有定位精准，才有更好的市场

二、市场定位是基于市场调研和市场细分作出的 市场定位是在20世纪70年代由美国营销学家艾·里斯和杰克特劳特提出的，其含义是指企业根据竞争者现有产品在市场上所处的位置，针对顾客对该类产品某些特征或属性的重视程度，为本企业产品塑造与众不同的、给人印象鲜明的形象，并将这种形象生动地传递给顾客，从而使该产品在市场上确定适当的位置。

房地产项目的市场定位不是凭空想象出来的，而是基于大量的市场调研、市场分析、市场预测作出来的。

这个市场分析和市场预测的过程，必然会对市场做一个分类、细化，这个分类细化就是对市场的细分

市场定位不仅仅体现在产品的功能特征上，它还体现在产品的档次、个性特征、文化内涵与竞争项目的对比等方面。

它是项目充满生命张力的起点和基础，让楼盘“未成曲调先有情”。

目标市场是市场定位的前提，市场定位是为目标市场服务，起一个点睛的作用；若没有一个准确生动的市场定位，整个房地产的策划和营销就显得呆板、苍白、缺乏方向性，楼盘就缺乏活力和生机。

2 市场定位核心价值 随着生活水平的提高，人们对住宅的要求也越来越高，房地产企业准确的市场定位为创造销售的制高点起到了决定性的作用。

目前，房地产业准确的市场定位推动房地产市场向前发展综合起来主要体现在以下几点。

价值1：市场定位是楼盘畅销的先决条件 准确的市场定位，可以锁定目标客户，是楼盘畅销的先决条件。

有了准确的市场定位，后期楼盘推广才能有的放矢，才能够针对目标顾客群，制定相应的营销策略。

项目卖点和市场定位是两回事，市场定位不清的卖点不是真正的卖点。

房地产开发分工越来越细，项目开发涉及工程建设、规划设计、营销推广、物业管理等不同的专业，因此，房地产开发是一个多专业协同合作的系统工程。

前期策划的主要作用之一就是为各专业协同合作提供一个平台。

比如建筑师根据前期策划方案可以了解他所设计的住宅产品是针对哪些人群，这部分人群有什么公共的生活偏好和消费需求，这就便于引导其在建筑设计工作中与其他专业人员进行沟通与交流。

例如小户型单身公寓，市场定位需要非常准确，它的目标客户就是都市单身白领阶层。

<<房地产市场定位技巧>>

这部分人群对生活质量要求较高，是新生活的倡导者。

因此单身公寓在户型设计、配套设施、物业管理、智能化设计、装修标准、房屋总价款等方面就要紧紧围绕目标客户的实际需求，来满足他们的需求。

只有这样，楼盘推出来才能引起目标客户的注意，同时才会产生强大的市场冲击力。

价值2：市场定位有利于锁定目标市场 市场定位可以使房地产开发企业及时了解房地产市场状况、消费者的需求、市场供需状况以及竞争对手的情况，从而帮助企业预测房地产市场走势，为企业确定将来的经营方向、制定发展战略、获取潜在市场份额提供可靠依据。

市场定位还有利于找准细分市场。

细分市场是房地产市场定位的起点，这在房地产企业中体现最明显，即使不是名牌产品所开发的房地产在市场上同样受欢迎。

如上海某房地产开发公司的一个单身公寓项目，由于该公司把房地产市场细分为特定的客户群——单身，如此一来，单身公寓在未正式投放市场前就已经预售完毕。

.....

<<房地产市场定位技巧>>

编辑推荐

《房地产无师自通手册：房地产市场定位技巧》整合专业团队重要研究，为零基础人士量身定制；采用课堂特训方式讲解，汇集实例引导读者学习。

只需12步掌握实战要点，一看就懂，一点就通，化繁为简，即查即用。

步步为赢——12步分解房地产项目开发流程：将房地产项目开发流程分解为12步，使读者能够循序渐进地掌握每个步骤的核心要点。

深入浅出——70个案例直观展现流程核心环节：针对行业入门人士量身定制，以70个直观的案例分析帮助读者理解行业必备知识。

现学现用——556个流程图指导实战操作重点：以556个流程图提炼经典核心内容，提高读者的阅读效率，在第一时间获取阅读重点。

<<房地产市场定位技巧>>

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>