

《房地产市场营销实务》

图书基本信息

书名：《房地产市场营销实务》

13位ISBN编号：9787801596185

10位ISBN编号：7801596188

出版时间：2004-1

出版社：中国建材工业出版社

作者：余凯

页数：272

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《房地产市场营销实务》

内容概要

《房地产市场营销实务》从实用和操作的角度，阐述了现代房地产市场营销的理论、方法和技巧；从房地产市场调研和市场定位入手，介绍了房地产市场营销的产品策略、价格策略、渠道策略、广告策略等内容。

《房地产市场营销实务》

作者简介

余，凯，1968年出生，经济学博士，高级经济师，2003年福建省高级经济师专家评审委员会委员。现任福建省建材（控股）有限责任公司资产财务管理部副经理，之前是建材（控股）公司先后担任过市场副经理、建材超市筹建处副主任，长期从事企业经营管理工作，具有丰富的企业市场营

书籍目录

第一章 房地产市场调查与研究 第一节 房地产市场调研的重要性 第二节 房地产市场调查的主要类型 第三节 房地产市场调查的主要方式 专论 1-1；访问法之定点街头拦访 第四节 房地产市场调查的步骤和程序 专论 1-2；房地产商圈半径 第五节 调查问卷的设计 第二章 房地产项目的市场细分与市场定位 第一节 房地产项目定位的准则 第二节 房地产项目的市场细分 专论；社会阶层的细分法 第三节 目标市场的选择 案例2-1；北京CBD辐射区域的一个近30万平方米的大型社区的目标市场选择 第四节 塑造产品差别化的途径 第五节 房地产市场定位策略 案例 2-2；广园东碧桂园凤凰城的定位之道 第三章 房地产产品规划 第一节 房地产产品的规划概述 第二节 住宅小区的规划与设计 第三节 建筑风格的设计 专论 3-1 京、港、蓉三地房地产特色文化比较 第四节 房地产项目景观设计 专论 3-2 水景的设计 案例 3-1 亚运新新家园景观绿化设计 第五节 户型的设计 专论 3-3 立体户型面面观 第六节 小区会所的设计 第七节 小区智能化的设计 第八节 生态信宅的设计 案例 3-2 北潞春生态居住小区 第九节 楼盘命名 案例 3-3 体现完美精神的嘉和苑 第四章 复合房地产产品规划 第一节 复合房地产概述 第二节 教育房地产开发模式 第三节 旅游房地产开发模式 案例 4-1 产权式酒店——南海传说示例 第四节 体育房地产案例——广州奥林匹克花园介绍 第五节 音乐房地产案例——北京乐澜宝邸——音乐·家介绍 第五章 房地产价格策略 第一节 房地产定价的程序和步骤 第二节 房地产定价目标 第三节 房地产定价策略 第四节 房地产定价方法 专论；心理价格突破法 第五节 房地产均价的确定 第六节 房地产的垂直价差 第七节 房地产水平价差 第八节 房地产付款方式 第九节 房地产价格调整策略 案例；深圳某楼盘尾房保销方案 第六章 房地产营销渠道策略 第一节 房地产主要营销渠道 第二节 房地产代理商选择的方法和步骤 第三节 房地产展会销售 第四节 房地产拍卖销售 案例；世茂滨花园2号楼顶楼复式豪宅拍卖活动 第七章 房地产广告策略 第一节 房地产广告的特点 第二节 广告费用预算 第三节 广告媒体组合策略 第四节 甄选广告公司 第五节 房地产广告投放时机策略 第八章 房地产公共关系策略 第九章 房地产销售促进策略 第十章 房地产现场包装策略 第十一章 房地产尾房销售策略 第十二章 房地产营销与互联网发展 第十三章 房地产营销案集锦

《房地产市场营销实务》

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：www.tushu000.com