房地产开发与经营

内容摘要

本文主要是从营销的基础分析，房地产营销是房地产开发的重要环节，营销模式只有跟着现代社会的发展而不断发展，才能够更好的将房地产营销不断的发展壮大，只有进步和发展跟上时代的脚步才不会被淘汰，变是世界上唯一永恒的不变，了解了营销的基础，才能通不同的方面分析营销模式，只有做对营销模式 Sales model，开发商定好位，才能使得一个有责任的开发商建出好的房子；营销在整个房地产中作为最重要的一环之一，只有营销做得好，才能使得开发商不断的发展，不断的完善，不断的超越，不断的突破。

From the basic analysis of marketing, real estate marketing is an important link in real estate development, marketing model only with the development of modern society and continuous development, can better real estate marketing will continue to grow, only progress and development with the pace of the times will not be eliminated, change is the only eternal unchanged in the world, understand the basis of marketing, can analyze the marketing model in different aspects, only to do the marketing model Sales model, development agreed, can make a responsible developer build a good house; Marketing as one of the most important links in the whole real estate, only when marketing is done well, can developers continue to develop, constantly improve Continuous improvement, constantly surpass Constant transcendence, constantly break through。

关键词： 营销　模式　房地产　地产　Electronic Commerce

目录

一.前言 5

二、房地产营销模式基础 7

1. 房地产营销概念 7
1.1 房地产营销定义 7
1.1.1 房地产市场营销的基本特征 7
2.房地产市场营销的主体机构 7
2.1 房地产市场营销的机构 7
2.1.1 存量房和新建商品房市场营销 7
3.房地产市场营销的基础流程 8
3.1 客户•竞争•市场 9
（1）什么是顾客 9
（2）什么是竞争 9
（3）什么是市场 9
4.房地产营销是市场经济的创造物 9
4.1.房地产营销观念的转变 10
4.1.1 房地产产品定位方法 11
4.1.2 房地产产品定位的分类 11
（1） 房地产的市场分析法定位 11
5.定位出牌策略 12

三、根据营销主体进行模式分类 14

3.1 独家代理销售模式 14
3.2 联合代理销售模式 14
3.3 开发商自销模式 14
3.4 营销代理和开发商共同销售的模式 14

四、房地产运作与广告整合推广模式 15

4.1 房地产运作与广告整合推广模式概念 15
4.2 房地产运作与广告整合推广的特性 16
4.2.1、项目运作的贯通性 16
4.2.2、房地产广告的专业性强 16
4.2.3、房地产讯息传递的精准性 16
5.广告整合推广媒体牌 17
5.1、广告 17
5.2、在媒体选择方面 17
6 广告媒体的比较 18
6.1、灯箱 18
6.2、短信 18
6.3、电视 18

6.4、户外广告.....19

6.5、电梯广告.....19
五、4R 营销模式.....20
5.1 4R 营销.....20
5.2.4R 营销模式的创新.....20
5.3.4R 整合营销理论与消费者满意战略的互动.....20
六、房地产电子商务营销模式.....22
6.1 房地产电子商务营销模式的由来及特点.....22
6.2 网络促销 PK 传统促销.....23
七. 四种不同类别模式的评价.....25
7.1 营销主体分类模式利弊.....25
7.1.1、独家代理销售模式.....25
7.2.2、联合销售代理模式.....25
7.2.3、开发商的自销模式.....25
7.2.4、代理商和开发商共同销售的模式.....25
优势：相互鞭策，相互对比，相互促进。.....25
1. 房地产+广告营销模式的比较.....26
2.4P 模式的评价.....26
3.房产电子商务模式与传统人员销售模式的比较.....26
八. 结语.....27

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

https://d.book118.com/745013210211011224