

金地自在城营销策划报告



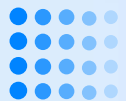
目录

- 项目介绍
- 目标市场分析
- 营销策略
- 营销活动策划
- 预期效果与评估

01



项目介绍



项目背景

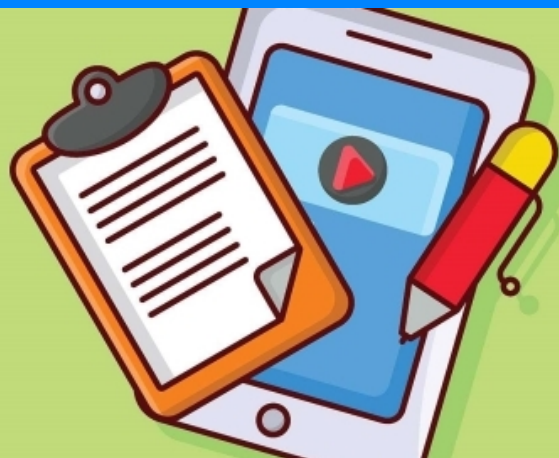
当前房地产市场状况

随着城市化进程加速，房地产市场持续繁荣，消费者对高品质住宅的需求日益增长。



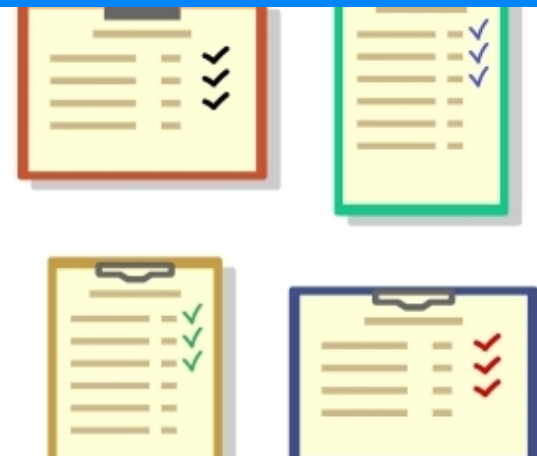
政策环境分析

政府出台相关政策支持房地产市场健康发展，为项目提供了有利的政策环境。



金地集团品牌实力

金地集团作为国内知名房地产开发商，拥有丰富的经验和良好的口碑，具备强大的品牌优势。





项目定位

目标客户群体

中高端收入家庭，注重居住品质
和生活方式的改善型需求客户。



地理位置优势

项目位于城市核心区域，交通便利，
周边配套设施完善，生活便利。

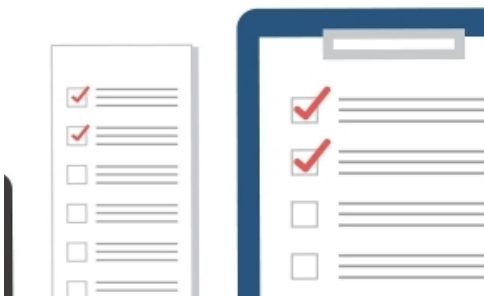


产品特点

以金地集团一贯的高品质住宅标准
打造，注重绿色环保、智能化、人
性化设计，提供舒适、安全、智能
的居住体验。



项目优势



品牌优势

依托金地集团的品牌影响力和口碑，项目具备较高的市场认可度和信任度。



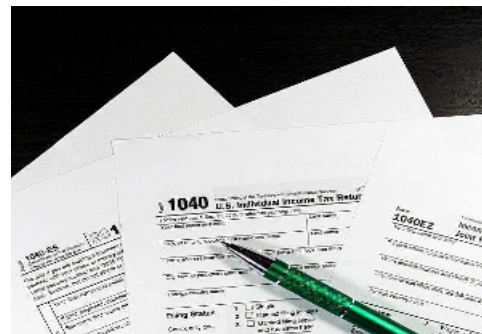
地理位置优越

项目所在区域具备较高的商业价值和投资潜力，未来升值空间大。



配套设施完善

项目周边拥有丰富的教育、医疗、商业等配套设施，满足居民生活需求。



智能化社区

采用先进的智能化管理系统，提供便捷、高效的居住体验，提升居住安全性。

02



目标市场分析



目标客户群体



首次购房者

这部分客户通常在25-35岁之间，他们重视交通便利和房屋性价比，是金地自在城的主要目标客户之一。



改善型购房者

年龄在35-50岁之间，有一定经济基础，寻求高品质生活，注重居住环境和配套设施，是金地自在城的另一主要客户群体。

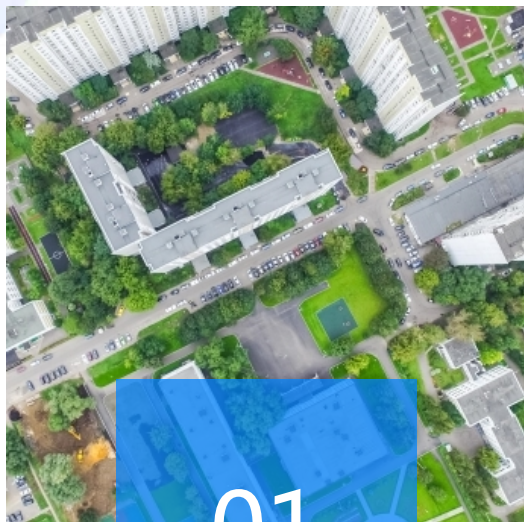


投资客

这部分客户对房地产市场有一定的了解和兴趣，看中金地自在城的发展潜力和投资价值。



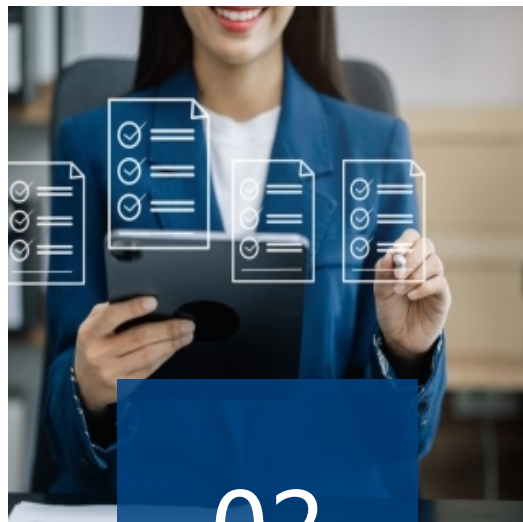
客户需求分析



01

交通便捷

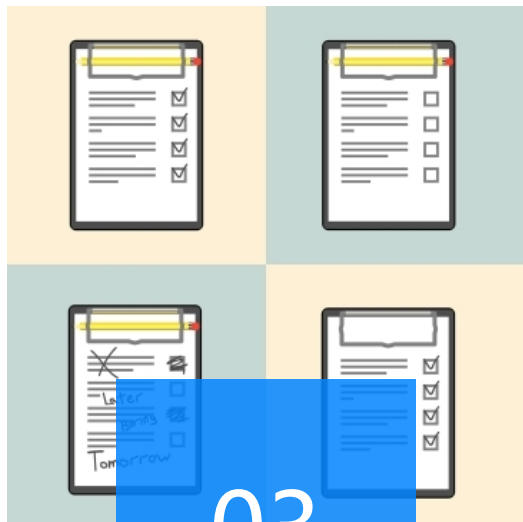
客户普遍关注交通状况，尤其是靠近地铁、公交站等公共交通设施。



02

环境优美

客户期望居住环境舒适、绿化率高、空气清新。



03

配套设施齐全

客户希望社区内或附近有超市、餐馆、银行等便利设施。



04

户型设计合理

客户对房屋的户型、布局和装修风格有一定要求，希望空间利用最大化。



竞争对手分析

01



万科城市花园



位于金地自在城附近，拥有成熟的社区环境和较高的知名度，是主要竞争对手。

02



恒大绿洲



位于同一区域，主打高端住宅，与金地自在城形成直接竞争关系。

03



碧桂园凤凰城



品牌影响力大，项目规模大，吸引了大量购房者关注。

03



营销策略

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/965023220013011143>