

《策划实战手册》

图书基本信息

书名：《策划实战手册》

13位ISBN编号：9787511228239

10位ISBN编号：7511228232

出版时间：2012-7

出版社：光明日报出版社

作者：赵钰晔

页数：279

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.tushu111.com

《策划实战手册》

内容概要

《策划实战手册:10年地产案例精选》依据实用、简捷及可操作强的原则，笔者力求将商品房市场营销策划牵涉的每一个环节通过报告、文字、图表、数字尽情体现。主要有项目可行性分析、市场调研、项目前期定位、产品定位、项目定价、营销策划、商业地产诊断策划定位、广告企划定位等，基本涵盖了房地产全程营销策划的每一个环节。

《策划实战手册》

作者简介

赵钰晔，中国房地产策划师联谊会上海分会会长，房地产策划师，资深房地产策划实战专家。擅长从市场研究、投资分析、产品定位、客户定位、价格策略、营销策划、销售执行、招商运营、物管策划等房地产全过程策划。

章节摘录

一、准确理解“市场营销”

(一) 营销不等于推销 对于市场营销的概念，大家有过许多误解，最常见的就是把“市场营销 (Marketing)”同“推销 (Selling)”混为一谈。随着市场营销实践的发展和现代市场营销理论的形成，“市场营销”一词已经有了更丰富的内涵。美国著名市场营销学教授菲利普·科特勒指出：“市场营销最主要的部分不是推销。推销仅仅是市场营销冰山的顶端，仅仅是市场营销几个职能中的一个，并且往往不是最重要的一个，因为，如果营销人员做好识别消费者需要的工作，发展适销对路的产品，并且搞好定价、分销和实行有效的促销，这些货物将会很容易地销售出去。”他还引用美国管理学权威彼得·德鲁克 (Peter Drucker) 的话说：“市场营销的目标就是使推销成为多余。”

(二) 市场营销新定义 对于市场营销，1985年美国市场营销协会提出的新定义是这样的：“市场营销是关于构思、货物和劳务的设计、定价、促销和分销的规划与实施过程，旨在导致符合个人和组织目标的交换。”这一定义较全面地表述了市场营销的含义。它指出，市场营销是这样一种管理过程，即关于构思、货物和劳务的设计、定价、促销和分销的规划与实施过程。其目的在于实现交换——符合个人和组织目标的交换。按照菲利普·科特勒的说法，这是一种买卖双方互利的交换，即所谓赢-赢游戏 (Win—Win Game)。这就是说，卖方按买方的需要供给产品或劳务，使买方得到满足；买方则付出相应的货币，使卖方也得到满足，双方各得其所，而不是一方获得盈利，另一方就必定亏损。

《策划实战手册》

编辑推荐

《策划实战手册：10年地产案例精选》不是一部教科书，更不是什么行业标准，只是一个所谓地产黄金10年的参与者、一个一流的男人，二流的诗人，三流的作家，谈不上入流的营销策划人的一些拼凑的案例，就像人生一样，谈及地产市场经验。

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.tushu111.com