

<<房地产市场调研与优秀案例>>

图书基本信息

书名：<<房地产市场调研与优秀案例>>

13位ISBN编号：9787112081257

10位ISBN编号：7112081254

出版时间：2006-4

出版时间：建筑书店（原建筑社）

作者：余源鹏

页数：352

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>

<<房地产市场调研与优秀案例>>

内容概要

每一个房地产的重大决策都必须以房地产市场调研为基础，这是掌控房地产决策信息的法宝。

本书分十二章阐述了房地产市场调研的概论、内容细分、详细提纲、实用方法、问卷设计、资料收集、计划与方案、组织、分析、报告撰写，以及常用统计表格和实战调研表格，具有很强的实践指导价值。

另外，还从全国几百个市场调研案例中精选出24个有代表性的优秀案例穿插于各章中，以说明问题。这些案例涵盖了我国一、二、三级城市和东、西、南、北、中的十五个省市，十分有代表性和借鉴意义。

而且其中的一些调查方法和研究分析结论可以供读者直接使用。

本书房地产开发公司、房地产中介代理公司以及政府主管部门的相关人员阅读。

<<房地产市场调研与优秀案例>>

作者简介

余源鹏，国内知名房地产营销策划专家。

20世纪70年代出生于广东省潮州市黄冈镇，毕业于哈尔滨工业大学土木工程学院建筑工程专业，就读中山大学企业营销管理研究生进修班。由于家庭背景关系，1996年即涉足房地产开发业，先后帮助父亲余构耀先生成功开发了玉津园、丰盛花园等大型住宅社区。

一直致力于房地产全程营销策划研究，长期跟踪穗、深、京、沪数百个楼盘的开发运作，并以“实现土地价值最大化”为己任，先后担任国内几十家开发商的营销顾问，内容涉及前期市场调查（宏观、区域、对手等）、项目整体定位（客户、理念、类型、形象、产品等）、产品策划（规划、建筑、户型、园林、配套等）及营销推广策划（价格、渠道、促销、广告、包装等），具有很强的宏观战略眼光及决策能力。

主编出版了《住宅开发产品策划》、《住宅开发类型策划1——位置、户型、档次策划》、《住宅开发类型策划2——高度、素质、景观策划》、《住宅开发类型策划3——别墅、公寓、创新策划》、《地产风云》、《50知名楼盘解读》、《广州深圳热卖户型》、《京沪热卖户型》、《购房置3日通》、《房地产广告策划与创作》、《房地产包装推广划》、《房地产实战促销300例》、《房地产实战定价与销售策略》等10余本房地产图书。

<<房地产市场调研与优秀案例>>

书籍目录

第一章 房地产市场调研概论 一、房地产市场调研的发展 二、房地产市场调研的作用 三、房地产市场调研的概念 四、房地产市场调研的制约因素 五、房地产市场调研的执行要点 六、房地产市场调研的步骤第二章 房地产市场调研的内容细分 一、房地产市场调研的分类 【优秀案例鉴赏1】南京市某别墅项目的消费者需求调研问卷 二、房地产宏观环境市场调研 三、房地产区域环境市场调研 【优秀案例鉴赏2】青岛市中山路商圈的区域市场调研报告 四、房地产竞争楼盘或参考楼盘市场调研 五、房地产消费者市场调研 【优秀案例鉴赏3】上海市某住宅项目的消费者需求市场调研问卷 六、房地产营销组合情况市场调研 七、房地产竞争企业市场调研第三章 房地产市场调研的详细提纲 一、宏观经济环境调研分析 二、项目所在区域房地产调研分析 三、竞争楼盘及参考楼盘调研分析 四、区域消费群体购买行为与影响因素调研分析 五、项目自身情况调研分析 六、项目市场调研结论 七、项目开发建议 【优秀案例鉴赏4】深圳市某商住物业的全面市场调研提纲 【优秀案例鉴赏5】重庆市某住宅项目的全面市场调研报告第四章 房地产市场调研的实用方法 一、按调研范围划分的调研方法 二、按获取信息途径划分的调研方法 三、访问调查法的具体操作 【优秀案例鉴赏6】江苏省昆山市某住宅项目的访问调研问卷 四、访谈调研法的具体操作 【优秀案例鉴赏7】广州市南国奥林匹克花园针对消费者的访谈调研 五、观察法与现场踩盘的具体操作 六、确定市场调研规模的几个要素 七、确定市场调研抽样的几个要素第五章 房地产市场调研的问卷设计第六章 房地产市场调研的资料收集第七章 房地产市场调研的计划与方案第八章 房地产市场调研的组织第九章 房地产市场调研的分析第十章 房地产市场调研的报告撰写第十一章 房地产市场调研的常用统计表格第十二章 房地产市场调研的实战调研表格

<<房地产市场调研与优秀案例>>

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>