

# 最新房地产营销策略论文参考 营销策略 论文(优质5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 房地产营销策略论文参考篇一

芙蓉姐姐在网络中能够迅速走红是一个客观的存在。我们可以比较一下，在此之前，也有木子美的网络泛滥，差点就挤垮了“博客中国“的几台服务器。但是，木子美付出了多大的代价，要承受多大的压力？至于芙蓉姐姐，只要脸皮厚一点就可以了。芙蓉姐姐在网上的泛滥，说明她满足了网民的某种需求，这就是一个概念，无聊的网民不但需要审美，也需要审丑，需要那种有伤风化的言语发泄——这就是一个概念，离开了这个概念，“芙蓉姐姐”就会还原成一个无人问津的丑女。

事件营销的概念策略就是要企业为自己产品或服务所创造的一种“新理念”、“新潮流”，让消费者易于接受，并产生消费冲动。与普通营销相比，普通的营销可能是消费者需要什么，我就生产什么来满足消费者的需求。概念营销恰恰是引导消费者去消费什么，概念营销不仅着眼于消费者现在的需求，更加重视消费者的欲望和潜在需求。

与此同时，其奥运推广策略也受挫。怎么办？破立结合，先把纯净水毁了！4月24日农夫山泉宣布停止生产纯净水，只出品天然水，大玩“水营养”概念，从而引发的一场天然水与纯净水在全国范围内的“口水战”，招至同行们的同仇敌忾，但农夫山泉正是借此树立了自己倡导健康的专业品牌形象。

象。类似的案例还有电子行业的商务通当年也是通过引领掌上电脑消费新潮流，一举创造了销售神话；家电行业的海尔空调推出“氧吧空调”概念，在那个“非典”“凉夏”的季节依然获得高利润。

在医药行业中广州诺贝华乐制药有限公司推出的“一元感冒药”，迅速搅动了全国市场。维c银翘片、速效感冒片、速效伤风胶囊、小儿退烧片、午时茶、三等在连锁药店门口的堆头上摆放极为醒目，且每种产品外包装上打着醒目的“1元”标志。这种冲击波逐步蔓延全国各大城市。各种声音开始传递，有市民争相排队大量购买，也有部分药店抵制销售，一时间众说纷纭，“有赞有弹”。但不管怎样，到目前为止，销售额已达1千万元，也就是说，这么些个“一元”一包的感冒药，已卖掉了1千万包。

记得国内就曾有一位企业家提出过：理论市场和产品市场同时启动，先推广一种观念，有了观念，市场慢慢就会做好。的确，概念策略的做为一种战术就跟美国的反恐战争一样提倡“先发制人”，在产品概念上从特定的角度创造消费者非买本产品非买不可的理由来最大限度的打击竞争对手。

让我们成为“概念领袖”！

## 房地产营销策略论文参考篇二

活动具体措施如下：

11月25号(星期四)是感恩节，所以把本月最后一周定为感恩周，具体准备如下：

### 一、环境创设方面

1、制作“火鸡”海报，中间为火鸡头，两边是两个很大的翅膀，在翅膀两边分别写上“感恩节的由来”及“感恩节习

俗”，大小为一张展板那样大，放置于一楼楼梯窗户的位置。完成时间22号之前。

2、许愿树，门口两边，上面可挂上孩子带的蓝丝带、(教师必须知道蓝丝带的故事，并且要讲给孩子们听，让孩子们知道挂蓝丝带的意义。)千纸鹤、祝愿卡等。

3、门口两边柱子用气球装饰，中间挂上条副“让孩子在感恩中学会爱”。

4、收集“爆米花”项链，让孩子在感恩节当天戴到脖子上，用完后回收，最后悬挂于一楼顶部。

## 二、活动预热

1、收集有关“感恩”方面的音乐，早上邀孩子家长一起跳律动《感恩的心》。

《蓝丝带》、《你大我小》，并且要教会孩子们唱  
[tenlittleindians]教会孩子们说happythanksgiving(感恩节快乐)，要求写口诉日记，并做成展板形式进行展览。小班和亲子班的孩子如记不下故事和歌曲，可以告诉她们11月25号是什么日子，应该如何表达自己的感情，教会孩子说“谢谢，辛苦了”“我爱您”等感恩话语，教孩子通过肢体语言表达自己的情感，抓住精彩瞬间，拍下感人画面，照片通过收集到办公室电脑，然后再打印出来，做成展板进行展览。

3、每班让孩子家长做一条“爆米花”项链，感恩节当天使用，要告诉家长为什么要制作，它的意义是什么。

## 三、感恩节当天活动安排

1、活动时间：11月25日下午14：30

2、主持人：韩丽，大班的两个孩子(要求印第安人装扮)

3、音乐：安静

4、迎宾：王宇娟，张小雨

5、会务组组长：和雅静

组员：各班教师

6、节目组组长：王艳娟

组员：各班班主任

7、节目流程：1、主持人感恩节的来历和风俗，以及本次活动的目的。

2、由大班小朋友带来的故事表演《你大我小》

3、家长代表讲话

4、由中班小朋友带来的歌曲表演[tenlittleindians]

5、园长讲话

6、律动《感恩的心》家长孩子一起参加

7、集体生日——感恩妈妈(所有参加生日的孩子

都是印第安人打扮，由本班教师和孩子共同为妈妈

制作礼物(向家长保密，给家长份惊喜)并送上祝福。

8、食品品尝(生日蛋糕、奶、面包幼儿园负责，另

每个孩子可自带食品一起品尝)。

## 9、结束

# 房地产营销策略论文参考篇三

### 一、品牌定位：

产品和服务进入市场，首先需要的是品牌定位。

这种定位不是产品本身质量的定位，而是出厂后的市场定位，它取决于你对未来的潜在顾客心智中留下了多少印象，也就是在市场中找到一种共同的“语言”，以此来说服和赢得顾客。因此，我们所联系的不是产品的本身，而是产品的品牌，即一个产品名称、词语、标记、符号和设计及这些因素的组合。

如何把这些组合信息定位于顾客心中呢？

首先要第一或最先进入人脑，占有这一优势比第二品牌要多一倍的市场主动；站在巨人的肩膀，爬上别人所占有的阶梯；顺水推舟可迅速占领市场，如“七喜”汽水定位非可乐即是成功的一例；以低价定位和以高价定位这两种极端策略，也有利于产品的市场定位启动。

当一个产品找不到一个好的市场“空隙”时，它必须重新定位，以崭新的品牌创造一个新的市场空间。

### 二、单品牌和多品牌战略权衡：

一个成功的品牌在初创阶段，应选择单一品牌发展策略。

使用单一品牌的好处即企业的所有产品使用同一品牌可以大大提高企业的知名度，使企业在推出新产品的命名中省去许

多麻烦，并降低了消费者在接受新产品时所遇到的阻力和风险，也为企业节省了大量的广告费用，但是经营者也应看到其单一品牌经营的局限性。

如企业的一个产品出了问题，就会殃及全体，任何一个产品的失败都会使整个家族产品蒙受重大损失，而且，使用单一品牌的企业，要求它对其所生产的全部产品在产品的设计、开发、质量、包装、定价等各方面要做到完美一致，这是很困难的。

所以，企业可以按产品的分类不同采取多品牌命名，尽可能地扩大自己的目标消费群。

### 三、品牌命名：

品牌是一个企业巨大的无形资产和最佳经济效益的载体，从某种意义上讲，它已成为一个国家或地区经济实力的象征。

要实现从品牌到名牌的过渡，需要从以下几方面着手：

创名牌应以高质量为基础，优良的品质是名牌的根本保证，质量是名牌的生命，企业应树立超前质量意识；注重新产品的命名，成功的命名给产品的顺利占领和扩大市场起到催化作用；抓住各种时机扩大牌子的影响，为企业产品在市场上扎根打下坚实的基础；适时运用商业广告宣传，促进名牌市场的定位进程；树立正确的营销观念，应以“形象导向”营销为指导性营销观念，促进企业品牌的创立和完善。

### 四、品牌营销：

品牌营销的关键点在于为品牌找到一个具有差异化个性、能够深刻感染消费者内心的品牌核心价值，它让消费者明确、清晰地识别并记住品牌的利益点与个性，是驱动消费者认同、喜欢乃至爱上一个品牌的主要力量。

品牌营销的前提是产品要有质量上的保证，这样才能得到消费者的认可。

品牌建立在有形产品和无形服务的基础上。有形是指产品的新颖包装、独特设计、以及富有象征吸引力的名称等。而服务是在销售过程当中或售后服务中给顾客满意的感觉，让他/她体验到做真正“上帝”的幸福感。让他们始终觉得选择买这种产品的决策是对的。买得开心，用得放心。

纵观行情，以现在的技术手段推广来看，目前市场上的产品质量其实已差不多，从消费者的立场看，他们看重的往往是商家所能提供的服务多寡和效果如何。

从长期竞争来看，建立品牌营销是企业长期发展的必要途径。对企业而言，既要满足自己的利益，也要顾及顾客的满意度，注重双赢，赢得终身顾客。

## 五、品牌保护：

随着市场竞争激烈化程度的愈加饱和，企业不仅要时刻防备竞争者的挑战，而且还要加强对自身品牌的保护。

对品牌保护应注意以下几个方面：

一是应加强商标法律意识，做好商标申请注册工作，防止别人抢先在市场上注册；

二是企业应视品牌牌为生存和发展的基础，企业自身应提高对品牌的认识；

三是用法律手段来保护品牌，打击假冒伪劣商品；

四是应培养品牌保护的专门人才，使之既精通产品的专利知识、性能特点、经营现状、对手情况，又掌握国际惯例、法

律法规、民俗习惯及社会政治经济情况，一旦市场出现侵犯自己产品的权利的情况，及时作出反应，使企业能防患于未然。

最适合中国企业的营销策略有哪些？

一、功效优先策略：

市场营销第一位的策略是功效优先策略，即要将产品的功效视为影响营销效果的第一因素，优先考虑产品的质量及功效优化。

二、价格适众策略：

价格的定位，也是影响营销成败的重要因素。对于求实、求廉心理很重的中国消费者，价格高低直接影响着他们的购买行为。

三、品牌提升策略：

提升品牌，既要求量，同时更要求质。求量，即不断地扩大知名度求质，即不断地提高美誉度。

四、刺激源头策略：

所谓刺激源头策略，就是将消费者视为营销的源头，通过营销活动，不断地刺激消费者购买需求及欲望，实现最大限度地服务消费者的策略。

五、现身说法策略：

通常利用现身说法策略的形式有小报、营销活动、案例电视专题等。

六、媒体组合策略：

媒体组合策略就是将宣传品牌的各类广告媒体按适当的比例

合理地组合使用,刺激消费者购买欲望,树立和提升品牌形象。

### 七、单一诉求策略:

单一诉求策略就是根据产品的功效特征,选准消费群体,准确地提出最能反映产品功效,又能让消费者满意的诉求点。

### 八、终端包装策略:

所谓终端包装,就是根据产品的性能、功效,在直接同消费者进行交易的场所进行各种形式的宣传。。

### 九、网络组织策略:

网络组织策略,就是根据营销的区域范围,建立起稳定有序的相互支持协调的各级营销组织。

### 十、动态营销策略:

动态营销策略的核心是掌握市场中各种因素的变化,而要掌握各种因素的变化就要进行调研。

## 房地产营销策略论文参考篇四

曾看到网文:

1、肯德基的价格稍高,但量大;

麦当劳的价格稍微便宜2、3元,但量少。

2、肯德基是百事可乐;

麦当劳是可口可乐。

3、肯德基主要以鸡为主;

麦当劳有牛肉类和鸡类。

4、肯德基的背景墙主要是发展历程；

麦当劳的背景墙是以儿童纯真时代为主。

5、肯德基的音乐轻快、悠闲；

麦当劳的音乐纯真、童趣。

6、肯德基的服务人员稍多，每离开一桌便有人来收拾打理；

麦当劳的服务还行，只是收桌速度太慢，有时二楼就没有服务员。

7、肯德基点餐方便，名字顺口；

麦当劳组合复杂，名字拗口。

相同点：麦当劳和肯德基

当顾客进门后，员工会说欢迎光临，引导顾客到柜台点膳，根据顾客的需求为其准备合适餐点。

不同点：

5. 最大最重要的不同点-----食品安全问题：

## 房地产营销策略论文参考篇五

一、背景：

以自己身为一个大学生的角度来看：在大学校园，同学们复印文件是非常普遍的，课件、传单等都需要打印；有各种各样的社团协会，他们每年招新时：复印的宣传传单是庞大的；

老师考试复印的试卷更是庞大。经过调查，每月仅打印纸张约50万（以学校的在校生人数确定），这个数量是非常庞大的，学校每家文印店价格都是一样的，除了地势之外没有任何优势可言，但如果学校有一家文印店，价格远远低于其他同类，在当下：微信□qq横行的趋势下；我们可以采用这些方式接受预定服务。符合大学生本身的潮流。那它就会迅速占领学校市场。

二、文印店点选址：大学校园里（一个大学可以开几家）

三、业务范围：

主要：提供文印服务（彩色，黑白）、制作各种荣誉证书、明信片、卡片、会员证、拍照、扫描等等。

兼要：卖点u盘、摄相头、键盘、鼠标等小东西。

夏天时：卖点雪糕、冰镇饮料。?销售一些文具用品。

四、文印店设备：

1、电脑：可购路3~4台，电脑的配路不用很好，但内存一定要大。另外电脑上需要用的usb设备很多，最好加一个带电源的usb-hub□能减少很多不必要的麻烦。开文印店用u盘的学生很多，他们把u盘直接插在机箱前面的usb口上，故用的多了会让usb口磨损严重，经常会读不出u盘的内容；最好在usb口上加一条延长线□usb延长线坏了不过5块钱，前路usb口坏了可就麻烦了。

2、打印机：打印机至少需要喷墨和激光各2台，机型选择上最好选择a3幅面的，这样在工作中会方便很多，喷墨打印机最好是选择epson的，并且加装连续供墨系统，激光打印机最好选择hp的，它的耗材比较便宜，而且鼓都比较耐用，一般

灌5、6次粉都可以正常使用。

3、复印机：最开始开店最好买2~3台二手复印机，选择的原因有两个，一个是价钱便宜，现在二手的中低速机价格一般都在2000元左右；二是在旧机上可以学习复印机的工作原理和故障解决办法，用不了多长时间，就可以排除一般的故障了。复印机的幅面一般选择a3的’。

5、数码照相机。

6、裁刀、切卡设备：可以买一台自动的。

五：创业思路：

1、在纸张的背面（局部）为商家做广告，对他们做宣传，同时，收取广告商家的广告费用。2、很大程度上降低打印价格，现暂定a4普通复印为0.1元，（这是学校现有文印店价格的一半），这样就何以迅速占领市场。3、提供网上冲印服务。顾客可以通过邮件发送文件到我们邮箱，也可通过qq□微信发给我们，并注明姓名，宿舍，联系方式、需要时间等问题，我们可以冲印好了后送到宿舍或者直接到打印店来取，这样减去了中间打印环节，更加速了占领市场的步伐。

4、销售一些文具用品。销售文具用品可以是多元化，同时提高收入。

六、创业目标：

在半年的时间内占领学校30%的市场，一年的时间占领60%的市场，两年的时间以绝对优势占领学校文印市场。

七、文印店介绍：

作用于高校、服务于老师、同学，针对同学打印文件贵，打

印不方便等问题，为同学节省学习开支、提供方便；同时还可以接外面企业的业务。

## 八、行业分析：

就我们学校目前情况而言，课件、试卷、活动宣传单等等是同学们的必需品。在我们的调查报告中，平均每月打印纸张为50万张，（以学校的在校生人数来确定）。这个市场是非常大的，价格统一为0.2元/张（普通a4纸），竞争优势主要体现在地势上。