

综合辅导:房地产行业网络营销 PDF转换可能丢失图片或格式
，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/250/2021_2022__E7_BB_BC_E5_90_88_E8_BE_85_E5_c40_250113.htm

一、 房地产网络营销概念 目前，随着国际互联网而蓬勃兴起的网络营销，被普遍认为是通过互联网(Internet)，采用现代化的信息技术，结合传统营销的诸多策略，在互联网上开展的营销活动。约翰弗劳尔认为“网络营销”(InternetMarketing)是借助联机网络、电脑通信和数字交互式媒体的威力来实现所需要的营销目的。网络营销是全球目前正在蓬勃兴起的电子商务的重要组成部分，是互联网技术与传统营销活动相结合的产物。网络经济时代的来临，使房地产网络营销即将成为房地产领域不可阻挡的潮流。

(一) 网络营销模式与网络营销内容 房地产网络营销模式。 房地产营销者将自己的营销活动方法全部或部分建立在互联网的基础之上就具备了网络营销的特性，具体说房地产网络营销就是建立自己的网页(homepages)，借助一定方式，让各个消费者知晓企业在互联网上的域名地址，而消费者则根据自己的需要浏览房地产企业的网页，通过网页了解正在营销的房地产项目，同时向房地产营销网站(web)反馈一些重要的信息。如果有网上支付的货币手段，还可在网上签订购房合同。这种网络购房的方式，最大特色即在于“顾客不出门，尽选天下房”，不需要从一地赶到另一地选房看房，仅在房地产中介公司里，利用互联网，就可了解整个小区的规模和环境，进行各种房屋的查询和观看，购房者所关心的一切重要信息如房屋的外观、房间的布局、周围的社区环境、公园、学校等只要用自己的手指轻轻一击就一览无

余、尽收眼底，在对各种房地产项目进行了全面而审慎的选择、比较后，购房者即可找到符合自己心目中理想需求的房屋，过去十分耗费时间、口舌和精力的选房过程，在网络营销的环境中，变得十分轻松有趣和迅速快捷。全程网络营销。从更广泛的意义上来说，网络营销绝不仅仅是网上的房屋买卖，网络营销其实可贯穿销销全程，这就是所谓的全程网络营销，它包括以下方面：

- 1、市场调研分析：
 - A数据信息提供：可为客户提供最新和历史上各类房地产项目详细情况、房地产开发统计数据信息、宏观经济数据信息、政策法规、房地产指数等内容服务。
 - B专项市场分析报告：可为客户撰写专项市场分析报告，如某一区域物业状况分析、某类物业分析、户型分析等。
 - C专项市场调查：根据客户有意开发的项目或投资地段、物业进行可行性研究和投资分析，进行物业定位和目标客户定位。
 - D项目策划：承接各类项目前期策划、全案策划；
- 2、行销企划
 - A广告企划。包括网络广告、报纸广告、电视广告、杂志广告及其他形式的宣传促销活动。
 - B物业销售形象设计：包括样板房、接待中心、路标、招牌、彩旗、纪念赠品等设计。
- 3、网上采购。帮助房地产开发商在全国甚至全球范围内采购质优价廉的建筑材料、电气设备及管道等。减少采购费用，降低工程造价，从而使物业在市场竞争中处于优势。
- 4、网上销售
 - A网上认购。由于网上广告的信息量大，人们轻而易举就能查询到不同楼盘的资料，足不出户就可以比较鉴别，从而形成初步的购买意向，最终进行网上认购。
 - B网上竞拍。不论住宅还是商用物业、新盘、尾盘或是二楼等，都可以上网竞拍，为广大消费者提供一个自由竞价、公平竞争的机会；也为发展商提供该物业最接近的

市场价格定位，从而及时调整销售策略。5、网上租赁 A出租、求租信息免费查询与登记。随时更新房源，公布即时报价，提供交易指数分析。B自动交易撮合系统。客户可以直接在网上进行交易6、网上房产金融服务。提供购房后评估、按揭贷款、保险等业务的咨询及在线服务。A在线按揭贷款。B在线保险申请。C在线评估7、网上家居产品供应。A装修装饰设计。B装修装饰材料在线交易。C家具家电在线交易。

。（二）房地产网络营销与行业传统营销方式比较及优势。

网络营销的“牵引”模式。在各种传统营销方式中，主要采用的是推送(Push)方式，营销者通过发挥大众媒体的传播能力，将信息快速地传递给消费者。营销者是信息的主动推送方，消费者是各种信息的被动接受方，营销者可以清楚地传递自己想要传达的信息，但是消费者不能直接将意见反馈给营销者，营销者只能借助市场调查和销售业绩来了解营销活动的结果，造成营销者与消费者之间无法完全沟通信息，不但使营销的时间拉长和费用开销变大，而且因为消费者成为被动的信息接受者而必将对此产生反感，这是大工业企业大规模生产条件下卖方市场的特征。而网络媒体特性与此不同，网上营销主要采用的是“牵引”(Pull)方式，网络媒体采用“多对多”的营销模式，可提供一个即时的新的传播模式。网络上的消费者既可以是信息接受者，也可以是信息发送者，营销信息针对的消费者可以有很大的主动权，可以自主决定在什么时候浏览、到哪个网页去浏览、浏览什么内容的信息，另外消费者如果对互联网上的房地产广告感兴趣，可以点击相关的内容，得到更加详细的资料，这样营销者与消费者之间的关系发生了根本性变化。房地产网络营销是传统营

销的继承和发展。营销方式必将随着社会生活的方式和最新科技所提供的工具而发展。近年来，新的营销形式不断出现，目录邮寄服务(DM)、电视购物、无店铺行销等都取得了飞速发展，人们也逐渐接受了这种消费者与营销者之间的直接沟通，而互联网作为一种全新的全球性现代商业传媒，成为实施商业性营销活动的地点和工具，导致了革命性的营销行为的出现。网络营销对传统营销是一种冲击，也是一种变革，但网络营销与传统营销并非不可调和，网络营销本质上同传统营销方式一样仍然是以引导商品和提供服务为主，从生产者到消费者和使用者所进行的一切企业活动。网络营销市场是基于互联网环境的营销活动，是一种新的营销方式，利用了网络媒体传播的新观念和计算机网络新技术等新的营销工具和营销观念。而房地产的网络营销也是充分利用了互联网的技术优势和效率优势，进一步拓展房地产营销的空间，突出房地产项目的特色，更加全面地提供房地产信息，更加有针对性地向消费者推出房地产商品，提高从事咨询、开发、中介等房地产业务的企业的竞争能力，从而更好地服务于消费者。

房地产网络营销的优势。

- 1、节省房地产营销活动的费用和交易成本。在互联网上进行广告宣传，费用低、时间长、范围广，置业者无需亲自到现场，就能获取大量信息，节省了大量人力、物力和财力。网络营销的成本低廉，房地产的网络营销如果采取建立互联网上的WEB站点方式，就其成本主要包括设立站点的成本、网络服务器软硬件费用、网络使用费和日常维护费用(包括网页的设计和维持费用)，与开设专门房地产销售店面的昂贵的租金、装饰费用等相比，其营销费用将大幅降低，如果直接向网络服务提供商(ISP)

租赁网页空间，则成本更为低廉，同时在互联网上从事房地产营销活动，将大幅度地降低房地产广告信息制作和发布成本。

2、提供24小时不间断房地产营销服务。以网络为媒体的专事营销服务计算机系统能实现24小时服务.只要不受黑客和病毒攻击，3W(WORLDWIDEWEB)站点能够全天24小时，全年365天不知疲倦地持续工作，随时响应来自全国各地甚至全球的消费者的要求，这给平时白日工作繁忙的消费者带来了极大的便利。他们可以下班以后在家里连接互联网络，浏览房地产营销网页，了解房地产信息，选择自己需要的房地产，而不一定要在上班时间去拜访房地产营销商。

3、广泛发布信息。互联网是一种新的媒体，可以大容量、高密度、高速度地传递信息。互联网的发布对像为广大网民，数量可为无限。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com