

房地产企业营销渠道选择的影响因素分析 PDF转换可能丢失  
图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/66/2021\\_2022\\_\\_E6\\_88\\_BF\\_E5\\_9C\\_B0\\_E4\\_BA\\_A7\\_E4\\_c41\\_66057.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/66/2021_2022__E6_88_BF_E5_9C_B0_E4_BA_A7_E4_c41_66057.htm) 房地产企业对销售渠道的建设必须先行,因为当巨大的开发能力形成,而没有形成与之相适应的渠道网络时,必然造成开发能力的巨大浪费,其结果就是商品房空置面积增加;优秀的企业都很重视销售渠道建设,强调能够有效地控制整个目标市场的销售渠道,以保证销售渠道有效运转。

1、房地产营销渠道的选择要以顾客的需求为核心 在买方市场条件下,房地产企业的一切营销活动必须以消费者需求为核心,以消费者为核心,并非单指在营销活动前期进行消费者研究和目标市场选择,更重要的是在产品设计、价格确定、渠道选择和促销策划活动中满足消费者的需求。为此房地产企业应做到以下几方面:

1.1分析顾客的服务需求 房地产企业应为客户提供更多的物业信息。物业的设计和开发应符合客户使用的要求。重视物业的可靠性和完善性,并为购房者提供各种附加服务,包括向客户提供贷款、质量担保等服务。

1.2顾客渠道偏好调查 最好的顾客渠道偏好调查应涵盖不同细分市场的客户,分析现在已经存在的客户购买方式。加强对企业现有的客户的考察和对竞争对手的客户的考察。客户渠道偏好对渠道选择以及运营结果都能产生本质性的影响

1.3考虑顾客购买准则 在评估新的渠道机会的时候,重要的是用创新的方法接触到顾客,分析顾客真的需要什么,即顾客的购买准则。通常没有一种渠道能满足顾客所有的需求,所以需要几种渠道进行搭配。

1.4监控顾客购买行为的变化 企业需要随时监控顾客购买行为和准则的变化,随着消费者对产品的认知和了

解的提高,客户的购买行为也会慢慢发生改变。错误地估计客户行为和渠道偏好,没有及时调整以降低渠道成本的公司是危险的。

### 1.5提供灵活的渠道选择

不同的用户,他们的购买准则也不同,所以需要给客户相应的选择机会,如果客户觉得自己没有别的方式可以选择,他会觉得自己受到限制,客户满意度也就大打折扣。

## 2、 房地产渠道选择与房地产企业定位

当市场被细分为不同的用户群体后,每一个群体都有一系列的服务产出要求,渠道管理者要为每一个细分市场确定最优的渠道形式,即渠道定位。优化渠道设计被视为由必要渠道流所定义的第一步和最重要的一项工作,因此必须要执行这一步骤来满足细分市场对服务产出的特殊需求。渠道流就是渠道为终端用户增加价值的所有活动,即,产品的促销、谈判、财务、订购和支付等等。渠道结构的设计包括两个重要的方面。首先,渠道设计者必须决定渠道成员的组成。渠道管理者还必须决定渠道的每一个层面上渠道伙伴的角色定位。一个公司在不同的情况下为其产品进入的市场选择渠道时,关键的决策是选择怎样的分销商将产品销售至市场。这个分销商必须与渠道伙伴在目标市场中有着非常好的关系,能够对产品成功进入市场有非常明显的影响。

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](http://www.100test.com)