



Marketing Manager

FANGDICHAN YINGXIAO JINGLI

LILUN YU SHIWU

房地产 营销经理 理论与实务

重庆市国土资源房屋评估和经纪协会 组编

刘志东 主编



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

内 容 提 要

本书以房地产营销经理为服务对象,以房地产营销管理为主线,让房地产营销经理能从多个角度理解房地产营销的理论和技巧。全书共 6 章,主要内容包括:房地产营销经理概述,房地产市场营销管理,房地产营销项目管理,房地产人力资源管理,房地产营销财务管理以及相关知识。

本书编写的营销管理理论深入浅出,针对性强,适合房地产营销经理系统地掌握房地产营销知识和相关技能,有助于在房地产营销实际工作中应用。

图书在版编目(CIP)数据

房地产营销经理理论与实务/刘志东主编. —重庆:
重庆大学出版社, 2012. 5
ISBN 978-7-5624-6610-9

I. ①房… II. ①刘… III. ①房地产—市场营销学
IV. ①F293. 35
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 042922 号

房地产营销经理理论与实务

重庆市国土资源房屋评估和经纪协会 组编

刘志东 主 编

责任编辑:刘颖果 版式设计:刘颖果

责任校对:郭小梅 责任印制:赵 晨

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617183 88617186(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:14.5 字数:292千

2012年 5月第 1版 2012年 5月第 1次印刷

印数:1—5 500

ISBN 978-7-5624-6610-9 定价:40.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

编审委员会

顾 问 尤世程

主 任 程培昌

副主任 周林仿 刘志东 胡育林

委 员 李德中 赵 杰 余渝娟 李科林

庄泽宝 倪倩茜 黄 毅

本书编写人员

主 编 刘志东

副主编 李德中 赵 杰

参 编 佘渝娟 李科林 倪倩茜 黄 毅

序言

随着中国城市化进程的不断发展,房地产业从长期发展来看,有着长足的空间,符合市场需求的产品和服务是房地产业持续发展的基础。对房地产营销领域来讲,需要一批更加专业化、规范化、高素质复合型营销管理人才。

《房地产营销经理理论与实务》一书是重庆市国土资源房屋评估和经纪协会原推出《房地产经纪》一版、二版受到广大业内人士及社会高度好评的情况下,又一力作,旨在顺应房地产市场健康发展的需要。它将有力地服务行业机构,规范行业秩序,提高执业人员素质等方面起到重要的作用。

《房地产营销经理理论与实务》一书能顺利及时出版,得益于业内专家、教授及重庆大学出版社的鼎力支持,对他们的辛勤劳动表示诚挚的谢意!

《房地产营销经理理论与实务》一书敬请社会各界人士谏言斧正。

重庆市国土资源房屋评估和经纪协会会长



二〇一二年三月

前言

房地产市场发展具有一定的周期性,即上升期、高峰期、衰退期、低谷期。在上升期和高峰期阶段量价齐升,市场供不应求,销售呈旺销之势;而在衰退期和低谷期阶段量价齐跌,下行通道打开形成滞销局面。如何在逆境中的房地产营销市场中赢得一席之地,就需要优秀的营销团队和优秀的职业营销经理。

《房地产营销经理理论与实务》一书,集中了重庆市房地产领域的部分专家、教授,经过充分调研编写而成,目的就是为打造中高级房地产营销人才,从理论和实战技巧上提供支撑,也是为当前执业的房地产营销人员提高业务素质的培训教材。

《房地产营销经理理论与实务》一书的编写是以房地产营销经理为服务对象,以房地产营销管理为主线,让房地产营销经理能从多个角度理解房地产营销的理论和技巧。全书共分为6章,理论与实践相顾,深入浅出,针对性强,适合房地产营销经理系统地掌握房地产营销知识和相关技能,有助于在实际工作中应用。

《房地产营销经理理论与实务》一书的编写,得到了重庆市国土资源房屋评估和经纪协会名誉会长尤世程、会长程培昌、副会长周林仿、秘书长胡育林等领导的大力支持和合理建议。本书由重庆东联物业策划有限责任公司总经理刘志东先生担纲主编;重庆工商大学融智学院李德中教授、重庆市国土资源房屋评估和经纪协会经纪部主任赵杰先生担纲副主编;重庆科技学院佘渝娟副教授、重庆嘉凯律师事务所李科林律师、重庆工商大学融智学院倪倩茜、重庆(香港)中原营销策划顾问有限公司黄毅参加编写。值此,编委会对所有关心、支持和参加编写的人员表示衷心感谢!

《房地产营销经理理论与实务》一书的出版,希望有助房地产营销专业人士更上一层楼,再创辉煌!本书在编写中如存在有不当之处敬请社会各界人士指正。

《房地产营销经理理论与实务》编委会

二〇一二年三月

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 房地产职业经理概述	1
第二节 房地产营销经理的职业要求	9
第三节 房地产营销的管理学基础	16
第二章 房地产市场营销管理	33
第一节 房地产市场营销概述	33
第二节 房地产营销管理	37
第三节 房地产营销考核与奖惩机制	54
第三章 房地产营销项目管理	59
第一节 项目管理概述	59
第二节 项目管理技术方法	66
第三节 房地产营销项目管理	79
第四章 房地产人力资源管理	84
第一节 房地产人力资源管理概述	84
第二节 房地产人力资源管理基本原理	87
第三节 人力资源管理四项注意	114
第四节 房地产人力资源管理实务	115
第五章 房地产营销财务管理	118
第一节 财务管理基础	118
第二节 房地产营销的财务管理	129
第三节 房地产交易的税费	148



第六章 相关知识	153
第一节 经济学理论基础	153
第二节 商务基础知识	173
第三节 房地产法律相关知识	188
 参考文献	 222

第一章 绪论



一个优秀的房地产营销经理必须具备较高的个人素质、专业技能、管理才能,并且有较强的敬业精神和社会责任感,对企业负责、对员工负责、对客户负责、对社会负责。

第一节 房地产职业经理概述

一、职业经理人

(一) 职业经理人的含义

职业经理人,是一个舶来品概念。在广泛意义上称职业经理人为企业家,通俗地说就是以企业经营管理为职业的社会阶层,运用全面的经营管理知识和丰富的管理经验,独立对一个经济组织(或一个部门)开展经营或进行管理。

在西方发达国家,职业经理人有一个相对统一的概念,但在中国,对职业经理人的定义还不统一。一般认为,将经营管理工作作为长期职业,具备一定职业素质和职业能力,并掌握企业经营权的群体就是职业经理人。

宽泛来讲,职业经理人从横向看是分类的,财会、人力资源管理、生产管理、经营管理等;纵向看也是分层次的,企业需要各种层次的职业经理人。比如第一个层次是

能工巧匠型的;第二个层次是元帅型的,在一个领域中可以带领一帮人来完成一个特定项目;最后一个层面则是老师型的,必须有系统的思考,所以说是很宽泛的。

职业经理人是以经营管理企业为职业的职业管理者,要求拥有非常专业的企业管理知识、丰富的管理经验和对自己职业的忠诚,并承担对企业资本保值增值的责任。

(二)职业经理人的特征

职业经理人必须具备两个基本特征:一是根据公司的经营管理状况,找出部门工作目标,拆分成任务,通过调动资源,进行有效授权,并对目标实现的情况负责;二是要带出一支队伍,培养、帮助并指导下属(从现象找本质),进行大量的在职培训,提升部门的整体水平。

职业经理人是以企业经营管理为职业的社会阶层,一般具有 5 个方面特性:

- ①良好的职业操守,能达到职业道德和专业规范的要求;
- ②成熟的职业心态,能较好地把工作热情和务实作风结合;
- ③明确的专业分工,能够拥有专业优势;
- ④受薪阶层,通过自己的管理经验与技能参与社会交换获得报酬;
- ⑤可变动性或可替代性,即能够进入人力市场并合理流动。

现代人力资本理论将职业经理人与技术创新者共同称为人力资本,也就是说职业经理人属于人力资本范畴。作为职业经理人,必须具备较高的个人素质和较高的专业技能和管理才能,较强的敬业精神、创新意识、冒险精神和竞争的冲动,坚韧不拔、自信果断和强烈的事业心,能通过事物表面看出本质的洞察能力、决策能力,丰富的工作经验和深厚的理论功底,组织协调能力和知人善任的用人能力;在知识方面,职业经理人要具备硬知识、软知识和社会知识。这些都是促进一个人成为职业经理人的基本条件和重要保证。

职业经理人是从事企业经营的,这是和其他领域的职业概念的差异所在,职业经理人在工作中承担责任,掌握权力,享受利益。其薪金待遇水平则在符合市场化原则的前提下,依据本企业的人力成本计划与企业业务发展状况进行合理调整,以便与投资人一样得到同步的经济利益增长与社会肯定。

二、房地产职业经理人

房地产职业经理人是指从事房地产行业的市场调研、方案策划、投资管理、产品营销和项目运营等工作的高级管理人员。

(一)房地产职业经理人的主要工作内容

- ①房地产项目的市场调研和咨询策划;

- ②整合设计、建设、营销、广告、服务等资源,制订策划方案;
- ③房地产项目的产品营销工作;
- ④房地产项目的运营工作。

(二) 房地产职业经理人的特征

房地产职业经理人,是以经营管理房地产企业为职业,在企业中全面负责经营管理,对法人财产拥有经营权和管理权,承担法人财产的保值和增值责任的人。房地产职业经理人都具有精湛的专业技能、良好的职业心态和极高的职业素养,是促进整个房地产行业向前发展的力量。

具体而言,房地产职业经理人具有 4 个方面的特征:

①在能力特征上,表现出具有房地产现代经营管理知识,企业管理技能 and 创新能力,能面对复杂多变的环境,创造性地开展经营活动。房地产业环境变化日渐复杂,房地产职业经理人需要不断地加强房地产专业、经济学、社会学、心理学、管理学等知识学习,与时俱进,不断更新自己的知识结构。

②在职业特征上,表现为以经营管理房地产企业为长期职业的专业管理者,即独立开展经营管理活动,并对企业的经营成果负责。职业化是房地产职业经理人最重要的一个特征。房地产业的规范化发展也要求房地产职业经理人走向职业化,从工作、管理、个人操守等方面让自身的经营管理规范化和职业化。

③在市场特征上,表现为职业经理的价值以市场认可为取向。房地产职业经理人不是企业的老板,他的价值由市场决定,由经营业绩和社会效益见证,并接受内外外部市场的监督和约束。

④在道德特征上,表现为具备高度的职业精神,即忠诚于职业,诚心于企业,守信于财产所有者。房地产职业经理人,首先是一个职业代表,必须有一定的职业道德和职业操守。同时,担负着房地产企业的经营管理的重任。因此,在享受一定权利的同时也有一定的经济和社会责任。对企业的所有者、对广大社会消费者都应该有诚信。

(三) 房地产职业经理人应具备的基本条件

1 诚信为本

做企业视同做人。诚信是做人的根本,同样也是房地产职业经理人最基本也是最重要的职业操守之一。房地产职业经理人要被房地产企业聘用,其中一个重要条件就是职业经理人的“信用”记录。在具体的经理管理工作中,同样要讲诚信,要让企业所有者信服,让员工信服,让客户以及合作伙伴信服。诚信是一种资源,是房地产职业经理人在其职业生涯中不断取得成功的一个基本条件。在企业时讲诚信,离开企业同样要讲诚信。违背诚信原则,不仅损害企业利益,还损害房地产职业经理人自我的无形资产,损害其长远利益。

2 善于沟通

沟通是双向的。在向部属提出自己的目标和工作要求后,最好能倾听他对此项

工作以及与此相关的其他工作的看法、完成任务的条件及其可能会采取的措施等,综合评估后作出决策,就会减少误差、利于执行。沟通最好是平等的,这样收到的信息才可能是最真实的信息。沟通不限于具体工作的沟通,工作之外同样有许多问题可以沟通。如经常与不同的员工交流,了解他们对所从事工作、对企业、对管理者的看法与建议,对于提高和改进经营管理工作大有益处。沟通还有激励的作用。采取多种方式尽可能多地与部属沟通,对其工作给予充分肯定和鼓励(即使他工作做得不够好,帮其分析不足,提出新的要求和建议同样也是一种鼓励),让其觉得自己在企业(至少是在自己工作岗位上)是重要的和不可缺的。沟通工作做得好,往往有事半功倍的效果;做不好,可能会事倍功半。在企业中建立良好的沟通渠道和介质,将有利于培育和塑造积极、健康、充满活力和创新精神的企业文化。

3. 合理统筹

房地产企业经营管理工作很多(具有一定规模的房地产企业更是如此)。房地产职业经理人要善于做化繁为简的分解工作并合理统筹安排,将庞大的杂乱无章的工作按性质、特点和要求分类。然后在企业内外部找到适当的人将工作分配给他们,赋予其必要的责权利,尽可能放手让其开展工作。为了保证企业各项工作能够有序、高效并持续地开展,在企业中要建立系统,包括主系统和分门别类的子系统。按照一定的原则和要求设立必要的部门和职位,建立健全相应的规章制度。通过系统并辅以其他必要的手段,对企业内部各项工作及工作的操作者进行行之有效的管理。

4. 整合资源

根据房地产企业的发展目标和环境变化,规划企业总体的发展战略,制订长、中、短期目标和计划。按照不同时期工作和任务的要求,对企业内外部可以利用的资金、技术、人力和物力等资源加以系统的整合。争取在最短的时间内,付出最小的成本(资源),获得最大的产出。当然,在特定条件下,为了保证企业整体战役上的最大利益,有时可能要暂时牺牲局部战场(部门或项目)的利益。在对资源的整合过程中,往往会遇到各种矛盾、问题、困难和复杂的局面,需要管理者有过人的分析、判断、决策能力和超常的意志品质,在掌握一定原则的前提下因地制宜、机动灵活地加以解决。其中,相对来说难度较大同时又非常重要是对人力资源进行整合。自古以来,善用用人者能成事。而用人之水平,尤其是能否将众多在不同方面各有千秋的个体们整合成一支具有高度凝聚力和战斗力的团队,在某种程度上可以说是房地产职业经理人管理能力的浓缩。

5. 创造共赢

房地产职业经理人在企业中所做的一切努力,最终目的是为了产生效益,在有限的时间内为企业带来预期的回报。为此,房地产职业经理人要善于把握机遇和聚结优势。房地产职业经理人若能将有限的优势凝聚并最大限度地释放,就可能形成较大的综合优势。房地产职业经理人要精于算数,无数成功房地产企业的案例表明:企

业超额利润往往是靠控制成本。此外,企业在获取直接经济利益的同时,若能与员工、与合作伙伴及广大客户、与整个社会共赢,将会为企业带来长期稳定的回报。这也是国外“长寿”企业的成功经验之一。

6. 学习进取

信息时代知识更新速度加快,社会在进步,房地产企业在发展,企业的工作始终处于变革之中。企业随时要基于各种内外部环境因素的变化做出相应的变革和创新,因此必然会不断遇到新的情况、问题和困难,必须不断学习。无论是作为企业还是企业中的员工都要学习。作为企业,要学习新的经营理念、管理模式和机制,学习并不断适应所涉及领域的行业与产品的新知识、新变化;作为房地产职业经理人,要学习社会及企业发展变化对自己提出的新要求,学习房地产专业领域新的知识和技能,学习好的工作和学习方法。知识经济社会是“学习”的社会,今后学习作为一种必备能力将发挥越来越重要的作用。

房地产职业经理人不仅个人要学习,更重要的是应积极设法将企业及企业中的员工培养塑造为学习的团队,通过知识的交流、碰撞,获取更多的知识,从而推动集体与个体的共同进步。

三、我国房地产职业经理人的现状及未来发展趋势

(一)我国房地产职业经理人的现状

过去十年,中国房地产业高速发展,已成为国家的支柱产业和国民经济新的增长点。随着我国房地产业的不断发展和从业人员的不断壮大,房地产作为房地产开发中一个相对独立的专业化服务体系应运而生。但由于房地产策划在我国还处于较为年轻的专业服务阶段,房地产企业普遍面临着人才短缺的困境。近年来我国的房地产行业取得了长足进展,并且已经形成了庞大的产业链,直接和间接从业人员数以千万计,其中从事房地产各级管理的人员层出不穷,其执业范围涵盖了房地产开发、项目咨询、产品设计、建设规划、广告策划、房产销售、物业管理等众多领域。

从近几年对各行业职位需求的分析来看,房地产行业的职位需求数量始终列居前十位,其中房地产管理类职位属于最紧缺的人才。但由于缺乏人才储备,专业人才的供应显然不能满足市场的需要。在这种情况下,国内很多高等院校都开设了房地产、建筑类专业,并根据市场需要设置了各种细分专业课程。

纵观全球的房地产行业,中国的房地产业是发展最快、也是发展规模最大的。根据世界银行预计,在未来20年当中,中国的房地产开发总量将接近全世界开发总量的50%。中国的房地产业即将进入一个充满机遇的时代。房地产职业经理人是房地产行业的灵魂,中国房地产业的高速发展也为房地产职业经理人带来了前程似锦的发展商机。房地产管理职业的确立,不仅可以培养大批专业人才,解决房地产行业对

人才的迫切需求,而且可以扩大社会就业途径,保证房地产行业的健康、持续、高速发展,对加快推进社会主义现代化具有十分重要的意义。经济学家张维迎曾撰文指出,“企业必须实行职业化的管理。职业化的管理自然离不开职业化的经理。”真正的房地产职业经理人是驰骋拼搏于利润高地的一群人,他们大都具有精湛的专业技能、良好的职业心态和极高的职业素养,是促进整个房地产行业向前发展的力量,从某种程度上说,他们是整个行业的财富。

房地产职业经理人这一职业的出现是近几年的事,但纵观职业经理人的现状,水平还参差不齐,存在鱼目混珠的现象。目前该职业正处在一个需要完善的阶段,很多职业经理人的黯然退场,也给这个职业平添了几分沉重和无奈。这一职业尚处于起步阶段,需要人们的呵护与扶持,需要投资者真正给职业经理人提供一个宽松的舞台。其实只有投资者和职业经理人彼此真诚合作,成为“鱼水”关系而不是“油水”关系,是“重用”而不是“利用”的时候,民营企业才能真正做大做强,而职业经理人才能充分发挥其自身的价值与魅力。

(二)我国房地产职业经理人的未来发展趋势

随着我国房地产业的不断成熟和宏观调控政策的频繁出台,房地产业的暴利时代必将结束。房地产业的竞争将更加激烈,竞争的手段也将由凭关系、靠政策优惠转变为讲管理、争效率,规范的管理和高效的运作离不开职业经理人的参与。因此,房地产业即将进入房地产职业经理人时代。

1. 房地产行业未来发展趋势

随着近年来房地产行业的高速发展,房地产开发企业进行着大规模的跨地域扩张,房地产企业的优胜劣汰进程加快,企业之间的分化重组加剧,行业集中度快速提升,公司的管理幅度迅速加大,企业业务间关联的复杂性急速增加,房地产企业出现了集团化管理的发展趋势,企业管理者的关注焦点也正在发生着变化,未来房地产企业的竞争和行业稀缺资源(特别是土地资源)的获得将更多地遵循“资本为王、实力取胜”的游戏规则。房地产的市场环境变化多端,如何通过企业进行全面管控、协同运营,来降低和控制项目成本,管控企业运营风险,提升竞争力,将成为房地产企业运营管理中的重点和难点。

从近年房地产企业的盛衰起伏中,我们可以看到行业发展的几个重要的趋势性特征:

- ①行业资源日益集中,经营规模化正成为趋势;
- ②多项目运营、集团化管控成为发展重点;
- ③粗放经营向精细化经营方式转化;
- ④异地扩张与全国性企业品牌显现;
- ⑤民营企业力量崛起和壮大;
- ⑥客户的维权意识明显提高。

在此背景下,房地产企业的管控手段也在发生着深刻的变化:

- ①规模扩张,集团一体化运作,需要企业提升协同效益;
- ②以项目、客户为中心的开发项目和客户营销的业务过程一体化;
- ③从资本经营逐步向管理出效益的商业模式转化;
- ④职业经理人的人才队伍,配合现代化的IT管理手段,提升企业的核心竞争力。

什么是房地产企业的核心竞争力?是人才、是创新、是资本,也是管理。而优秀专业的房地产职业经理人将是这一核心竞争中最重要的一环。

2. 房地产经理人职业化

中国房地产业的迅速发展,迫切需要一支高素质职业经理人队伍,客观上也涌现出一支庞大的职业经理人队伍。但是房地产职业经理人队伍的发展并不能完全满足行业发展的需要。

(1) 房地产经理人职业化是中国房地产业发展的时代要求

房地产业关联度高,其发展不仅关系到国民经济大局,还关系到广大人民的社会利益。改革开放以来,国家和有关部门制定了一系列鼓励发展房地产业的有关政策,并对房地产业给予高度重视。随着房地产业的迅猛发展,国家连续多次出台政令,如“国八条”“国六条”,“国八条”对房地产业进行宏观调控,以稳定房价。

中国房地产业的发展经历了近20年的风风雨雨,从不成熟逐渐走向成熟,从不规范市场开始走向规范,从竞争缓和逐渐走向激烈。综观我国房地产业发展现状,可以得出SWOT分析:

优势:有庞大的产业链,得到国家重视;现代人的观念转变,对房地产的需求巨大;房地产已成为居民生活必需品,需求平稳持续。

劣势:融资渠道单一;供求结构失衡;房价上涨过快;市场化程度不足。

挑战:如何协调房地产业自身的双重功能;如何完善房地产金融体系;如何形成合理的房地产市场结构。

机遇:经济高速发展,居民收入不断提高;房地产规模化、专业化发展;城市化发展和居民消费结构的升级。

从以上SWOT分析得知,房地产业正处于在整顿中走向规范和理性化发展的调整阶段。找出其优、劣势,发现其外部机遇和挑战,可以为房地产企业在经营中发挥行业优势,转化行业劣势,把握行业机遇,迎接行业挑战提供方向。这个特殊时期,需要房地产职业经理人带领房地产业发展。首先,在市场经济中建立现代企业制度后,出资人资本的保值增值和房地产企业的持续发展等责任,应由房地产职业经理人承担;其次,在现代企业制度下,房地产企业是一个独立经营的法人,经营者是集职、责、权、利于一身的经营行为主体,依托于房地产职业经理人,通过市场化配置,才能完成经营者自身的人生规划,这使得房地产职业经理人成为企业管理的主角;再次,随着房地产业规模的扩大,在国家宏观调控和外资大规模进入的大背景下,我国房地产业的发展环境变化多端。在这个特殊时期,更加需要房地产职业经理人来经营和管理

房地产企业。

(2) 房地产经理人职业化是促进房地产业人才培养的需要

一个能够独当一面的房地产项目经理至少需要 5 年以上的房地产业从业经验,营销总监、财务总监也需要业内从业经验。但是目前房地产行业发展速度太快,人才培养速度远远跟不上。房地产中高级人才的稀缺客观上需要充实具备这方面素质的职业经理人,以保证房地产业健康稳定地发展。

中国房地产业发展较晚,但发展速度较快。和发展速度相比,人才培养建设相对落后。首先,高等教育中近些年才开设房地产专业,硕士和博士点就更少,职业教育和房地产相关的专业也不多;其次,房地产业在职培训又比较落后,培训体系、培训制度、培训机制等有待完善,重经验、轻培训现象较为严重。科学地建立培训体系、完善培训与用人相结合机制是房地产业人力资源开发的重点和难点。

(3) 房地产经理人职业化是规范房地产行业发展的需要

房地产职业经理在我国还是一个新生的企业家群体,房地产职业经理市场还处于萌芽状态,职业经理管理模式还在探索,职业经理法律法规有待建立与完善。

房地产经理人的职业化,有助于人才市场资源的合理配置,优化资源结构,发挥高素质经理人阶层的整体协同效应,推动整个房地产职业经理人阶层的规范和成熟。经理人虽然不是企业的资产所有者,但是却担负着企业经营成败的重任,同时也在经营着自身的资产与价值,那就是其良好的职业道德和职业声誉。优胜劣汰的市场规则会逐渐提高经理人阶层的人员素质,在发展与竞争中使得整个职业经理人阶层的素质得到进一步提升,并带动房地产业逐渐走向规范和成熟。

四、房地产营销经理的涵义

营销,即经营与销售。经营是手段和策略;销售是形式和目的,是价值的最终实现。

营销经理人,是具体参与和管理对市场的调研、分析,制订计划谋略并组织实施全过程经营活动的专业人才。

房地产营销经理是指专业从事全程房地产营销活动管理,并组织执行房地产产品销售的中、高级管理人才。

房地产营销是实干家,执行是房地产营销经理工作的重中之重。决策出台后,房地产营销经理要集中精力进行实施,对所需人、财、物、技术等资源进行合理配置与优化组合,根据市场变化不断调整战术和策略,还要在管理执行中具备相当强的抗风险意识和能力。

房地产营销经理是房地产产品销售的核心人物。广义的房地产营销经理人泛指房地产开发企业和房地产代理公司的营销副总经理、营销总监、营销策划经理、销售经理、策划经理、销售主管以及二手房经纪公司的总经理、副总经理、大区(片区)经理、门店店长、门店主管等。