

بازاریابی املاک و مستغلات

راهکارهای علمی و عملی در

انتخاب، خرید، فروش و اجاره

ساختمان، ملک و آپارتمان

با نگرش بازار و فرهنگ ایران

تألیف و ترجمه:

علی خویه - فهیمه احمدی



سرشناسه	: خویه، علی؛ ۱۳۵۹-
عنوان و نام پدیدآور	: بازاریابی املاک و مستغلات: راهکارهای علمی و عملی در انتخاب، خرید، فروش و اجاره ساختمان؛ ملک و آپارتمان با نگرش بازار و فرهنگ ایران / تألیف و ترجمه علی خویه؛ فهیمه احمدی.
وضعیت ویراست	: ویراست ۲.
مشخصات نشر	: تهران: دیدار، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۶ ص.
شابک	: 978-600-104-022-1
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا.
یادداشت	: چاپ دوم.
موضوع	: بنگاه‌های معاملات املاک - ایران - بازاریابی - دستنامه‌ها.
موضوع	: معاملات املاک - ایران.
شناسه افزوده	: احمدی، فهیمه، ۱۳۶۴-
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۸۹ ب۲ خ/۱۳۸۲ HB
رده‌بندی دیویی	: ۳۳۳/۳۳۲۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۰۶۸۵۶۹



نشر دیدار

www.didavarbook.com
info@didavarbook.com

بازاریابی املاک و مستغلات

راهکارهای علمی و عملی در انتخاب، خرید، فروش و اجاره

ساختمان، ملک و آپارتمان

تألیف و ترجمه: علی خویه - فهیمه احمدی

چاپ اول [ویرایش دوم]، ۱۳۸۹

۲۱۰۰ نسخه

صفحه‌آرایی: علم روز، مسعود فیروزخانی

لیتوگرافی طیف‌نگار، چاپ نیل

حق هرگونه چاپ و انتشار محفوظ است.

شابک ۹۷۸-۶۰۰-۱۰۴-۰۲۲-۱ / ISBN 978-600-104-022-1

مرکز بخش دیدآور:

خیابان انقلاب، خیابان فخررازی، نرسیده به لبافی‌نژاد، کوچه بنفشه، پلاک ۲ واحد ۴

تلفن: ۶۶۹۶۱۶۲۲-۶۶۹۶۱۶۴۱ / تلفکس ۶۶۹۶۴۴۷۸

قیمت: ۳۵۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

پیشگفتار مؤلفان	۹
مقدمه	۱۱
بازاریابی ملک و ساختمان چیست؟	۱۳
هدف از بازاریابی ملک و ساختمان:	۱۴
برخی از تعاریف و مفاهیم مهم در بازاریابی، خرید و فروش ملک و ساختمان:	۱۴
انتظار از بازاریابی ملک و ساختمان	۱۹
۸ نکته مهم در خرید یا اجاره ملک و محل اداری	۱۹
برخی از مفاهیم مهم بازاریابی ملک و ساختمان	۲۰
عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضا ملک	۲۱
مدیریت تقاضا در بازاریابی ملک و ساختمان:	۲۲
روش های خرید و تهیه ملک در ایران	۲۴
جعبه ابزار یا آمیخته بازاریابی ملک و ساختمان:	۲۵
ابعاد گوناگون بازاریابی ساختمان و ملک	۲۷
روش ها و تکنیک های بازارگرایی و بازارشناسی ساختمان و ملک	۲۸
۵۰ نکته مهم در اجاره ملک ساختمان و آپارتمان	۳۱
فرایند انتخاب ملک و ساختمان و مدیریت بازاریابی آن	۳۴
تجزیه و تحلیل فرصت های خرید فروش و بازار ملک، ساختمان و مسکن	۳۴
نمونه هایی از تجزیه - تحلیل تهدیدها و فرصت های ملک و ساختمان:	۳۵
جست و جو و انتخاب بازارها و مکان های هدف	۳۵
اندازه گیری و پیش بینی تقاضا	۳۶
تقسیم بندی بازار در ساختمان و ملک	۳۶

۳۷	تقسیم بازار براساس متغیرهای جغرافیایی
۳۷	تقسیم بازار براساس متغیرهای جمعیت‌شناختی
۳۸	هدف‌گیری در بازار املاک و ساختمان
۳۸	جایگاه‌یابی در بازار املاک و ساختمان
۳۹	تعیین استراتژی‌های بازاریابی
۳۹	سازماندهی، اجرا و کنترل فعالیت‌های بازاریابی
۳۹	تحقیقات ساختمان و ملک و تحقیقات بازاریابی ملک
۴۰	فرایند تحقیقات بازاریابی در بازار ملک و ساختمان
۴۴	۱۰ نکته مهم در خرید، اجاره، سرقفلی و رهن مغازه
۴۵	فرایند ۶ مرحله‌ای انتخاب، خرید، فروش و بازاریابی ملک و ساختمان
۴۷	رفتار خریداران، استفاده‌کنندگان و مصرف‌کنندگان ملک و ساختمان
۴۷	عوامل مؤثر بر رفتار مصرف‌کننده ساختمان و ملک
۴۸	عوامل فرهنگی تأثیرگذار بر خریداران ساختمان و ملک
۴۸	عوامل اجتماعی تأثیرگذار بر خریداران ملک و ساختمان
۵۰	عوامل فردی تأثیرگذار بر خریداران ملک و ساختمان
۵۱	عوامل روان‌شناختی تأثیرگذار بر خریداران ساختمان و ملک
۵۴	۱۰ نکته مهم در خرید و تهیه ملک و ساختمان برای مدیران شرکت‌ها و مؤسسات
۵۵	دسته‌بندی افراد در پذیرش ساختمان‌ها و املاک جدید
۵۷	انواع رفتارهای خرید در بازاریابی ملک و ساختمان
۵۸	نکات مهم از چگونگی فعالیت بنگاه‌های مشاوران املاک
۶۰	فرایند تصمیم‌گیری خرید ملک و ساختمان
۶۳	بازاریابی مشاوران املاک
۶۵	ساخت و سازه در بازاریابی، خرید و فروش املاک و ساختمان
۷۱	۵۳ نکته مهم در معاملات خانه، ساختمان یا ملک
۷۷	قیمت و قیمت‌گذاری ملک و ساختمان
۷۷	طرح‌ها و روش‌های قیمت‌گذاری در ملک و ساختمان
۸۱	رویکردهای عمومی قیمت‌گذاری در ملک و ساختمان
۸۲	اشتباهات بزرگ در قیمت‌گذاری ملک و ساختمان
۸۵	استراتژی‌های تعدیل و مدیریت قیمت‌ها
۸۶	۵ نکته مهم بازاریابی املاک و مستغلات برای زوج‌های جوان
۸۷	تبلیغات و ارتباطات بازاریابی در بازاریابی خرید و فروش ملک

- ۸۹ مراحل تدوین سیستم ارتباطی بازاریابی (تصمیمات اصلی در ارتباط بازاریابی)
- ۹۵ تکنیک‌های بازاریابی، انتخاب، خرید، اجاره و فروش املاک
- ۹۵ تاکتیک فروش املاک خوشه‌ای
- ۹۶ مزیت رقابتی فروش املاکی
- ۹۶ اصل تضاد در املاک، مستغلات و ساختمان‌ها
- ۹۷ ۶ نکته مهم در بازاریابی ساختمان‌ها، مستغلات و املاک
- ۹۸ تکنیک آیدا در بازاریابی، خرید و فروش ساختمان و ملک
- ۹۹ پنج تکنیک مهم در فروش و بازاریابی املاک و ساختمان
- ۱۰۰ تکنیک خرید و فروش املاک مشارکتی
- ۱۰۳ تاکتیک و استراتژی جودویی در فروش املاک و ساختمان‌ها
- ۱۰۵ فروش املاک چند بعدی
- ۱۰۵ فروش املاک مفهومی
- ۱۰۶ بازاریابی و فروش ویروسی در صنعت ملک و ساختمان
- ۱۰۷ ۳۰ نکته در بازاریابی تلفنی املاک و مستغلات
- ۱۱۱ خطاها و دام‌های خرید و فروش ساختمان و ملک
- ۱۱۱ دام‌های پنهان در تصمیم‌گیری‌های خریداران و فروشندگان
- ۱۱۲ دام لنگرشدن در خرید و فروش ملک و ساختمان
- ۱۱۲ دام وضعیت موجود در خرید و فروش ملک و ساختمان
- ۱۱۳ دام هزینه‌های غیرقابل جبران در خرید و فروش املاک
- ۱۱۴ دام شواهد تأییدکننده
- ۱۱۴ دام اطمینان بیش از حد
- ۱۱۵ دام احتیاط بیش از حد
- ۱۱۷ تاکتیک یا تکنیک الگوبرداری در فروش املاک
- ۱۱۹ مهندسی ارزش در بازاریابی و فروش املاک و ساختمان
- ۱۲۲ مراحل اجرای مهندسی ارزش بازاریابی و فروش املاک
- ۱۲۶ ۵ نکته مهم در انتخاب خرید یا اجاره واحدهای دانشجویی
- ۱۲۶ فروش بدون کمک بنگاه مسکن
- ۱۲۹ برخی از نکات و تکنیک‌های فروش ملک و ساختمان
- ۱۳۵ نمونه قراردادهای خرید، فروش و بازاریابی املاک و ساختمان
- ۱۳۹ نمونه قرارداد واگذاری فروش و بازاریابی به یک عامل یا مشاور
- ۱۴۹ پیوست ۱

۸ a بازاریابی املاک و مستغلات

۱۴۹	مصالح بکار رفته در ساختمان‌ها.....
۱۵۰	پیوست ۲.....
۱۵۹	برخی از اصول و نکات سکونت در مجتمع‌های مسکونی و مدیریت آپارتمان.....
۱۶۲	۳۹ توصیه مهم آپارتمان‌نشینی.....
۱۶۹	در پایان - فهرست کتاب خرید و تهیه ملک و ساختمان.....
۱۷۳	منابع و مآخذ.....
۱۷۶	آشنایی با نویسندگان.....

پیشگفتار مؤلفان

مسکن، ملک و ساختمان از مهم‌ترین و ضروری‌ترین نیازهای زندگی هر فردی است و هرکس به نوعی و به هر شکلی در طول زندگی خود درگیر این مسأله می‌شود. بر مبنای برخی آمار ارائه شده بیش از سه درصد از فکر، گفتار و ذهن هر فردی در طول زندگی‌اش متوجه مسأله مسکن و ملک می‌باشد. هر انسانی پس از تأمین نیازهای اولیه خود مانند غذا و پوشاک، به فکر تأمین یک سقف، مسکن و ملک مناسب است. علاوه بر این صنعت ساختمان‌سازی و بازار خرید و فروش، مسکن و ملک یکی از مسائل محوری بوده و نقش بسیار مهمی در اقتصاد کشور و سبب هر خانواده دارد؛ به طوری که میزان سرمایه‌گذاری‌های بخش ملک و مسکن در سال‌های اخیر حتی بیش از توان اقتصادی جهانی بوده است و به همین دلیل ضروری است تا از طریق آموزش، تحقیق و اجرای شیوه‌های علمی بازاریابی و استراتژی‌های لازم، زمینه‌های خرید و فروش علمی و بازاریابی تخصصی در این حوزه فراهم آید. این صنعت که اکنون در کشور ما ۳۴ درصد از مشاغل را به خود اختصاص داده است، نیاز به توجه ویژه و مخصوص دارد. به دست آوردن اطلاعاتی درمورد انتخاب، خرید و فروش و بازاریابی ملک ساختمان و آپارتمان یکی از ضرورت‌های فردی می‌باشد و هرکس باید توسط منابعی بتواند به سادگی اطلاعات به روز و مناسبی را درباره این صنعت کسب کرده و در زندگی کاری و شخصی خود از آن بهره جوید.

با توجه به تجربیات و تحقیقاتی که در یکی از شرکت‌های بزرگ خرید و

فروش و بازاریابی ملک، ساختمان و برج به دست آوردم، سعی کردم با توجه به نیاز بازار، کتابی را برای خدمت‌رسانی به افراد جامعه خود ترجمه و تألیف نمایم. کتاب حاضر که سعی شده است به طور خلاصه و با زبانی ساده نگاشته شود می‌تواند مورد استفاده هر فرد در زندگی، کسب و کار و سرمایه‌گذاری قرار گیرد. این کتاب می‌تواند به عنوان یک راهنمای خوب و منبعی معتبر برای تمامی اقشار جامعه از خانم خانه‌دار گرفته تا مشاور املاک، از سرمایه‌گذار تا سرمایه‌دار، از دانشجو تا استاد، از مهندس معمار تا کارخانه‌دار و از هنرمند تا صنعتگر مورد استفاده واقع شود. در پایان از تمامی همکاران، علاقه‌مندان و خوانندگان گرامی تقاضا می‌شود انتقادات و پیشنهادات ارزنده خود را به آدرس الکترونیکی khooyehali@yahoo.com ارسال نمایند و یا نظرات خود را در وب سایت www.khooyeh.com مرقوم فرمایند.

با تشکر

علی خویه و فهیمه احمدی

مقدمه

هر یک از ما در زمان خرید وسیله، ابزار و یا حتی یک دست میز و صندلی، دست به تحقیق می‌زنیم و از صاحب‌نظران و کارشناسان درباره آن کالا، ابزار و محصول، راهنمایی می‌خواهیم اما برای گران‌ترین خرید طول حیات خود، یعنی خرید واحدی از یک ساختمان، خواه «مسکونی» یا «تجاری» و یا «اداری» معمولاً باید از چه کسانی مشورت خواست و چگونه باید این امر صورت گیرد؟ برای بازاریابی ملک و ساختمان چه باید کرد و چه اصول، تکنیک‌ها و روش‌هایی برای خرید، فروش و بازاریابی ملک و ساختمان وجود دارد؟ چه نکاتی را حین بازاریابی ملک و ساختمان باید مورد توجه قرارداد و از طریق چه افرادی و چگونه می‌توان از این مسائل آگاهی پیدا کرد؟

در کتاب حاضر ابتدا سعی شده است تا برخی از مفاهیم ساده و مورد نیاز توضیح داده شود و سپس در بخش بعدی مفاهیم بازاریابی و خرید و فروش و رفتار خریداران و فروشندگان بررسی خواهد شد، همچنین در بخش پایانی برخی از تکنیک‌ها و راهکارهای بازاریابی ارائه می‌گردد. در میان مباحث اصلی کتاب سعی شده است مطالب، نکاتی مهم و ضروری در انتخاب، خرید، فروش و بازاریابی ملک ارائه شود.