

# بازاریابی املاک و مستغلات

دکتر رضا ابیباک

# Real Estate Marketing

DR. REZA ABIK



**3A**

**DR. REZA ABIK**

# Dr.Reza Abiak

Ph.D of Marketing(U.K.)



**09124078632-3** (Dir)  
**info@drabiak.com**  
**02122944462**

**09194927432** (Assistant)  
**assistant@drabiak.com**

**www.drabiak.com**

[www.drabiak.com](http://www.drabiak.com)

# بازاریابی ملک و ساختمان

## بازاریابی ملک

نوعی فرایند **اجتماعی و مدیریتی** است که بدینوسیله ، افراد و گروهها میتوانند از طریق تولید، مبادله ملک ، زمین، ساختمان ، آپارتمان واحد تجاری و اداری و... و ارزشهای ملکی با یکدیگر نیازها و خواسته های خود را برآورده سازند و ایجاد **ارزش** برای طرفین کنند.

# انواع بازار ملک

ملک تجاری

ملک مسکونی

ملک اداری

ملک سرمایه  
ای

# هدف از بازاریابی ملک و ساختمان

- ▶ رفع نیاز سکونت
- ▶ سرمایه گذاری
- ▶ تجارت و خرید و فروش
- ▶ کار و کسب درآمد
- ▶ بدست آوردن پرستیژ و طبقه اجتماعی مناسب
- ▶ راحتی و آسایش



# هدف از بازاریابی ملک و ساختمان

- ▶ پیشرفت اجتماعی
- ▶ شرایط زندگی و ادامه آن
- ▶ ایجاد مزیت و تمایز
- ▶ ارضای نیاز و تنوع طلبی
- ▶ رضایت درونی
- ▶ آرامش خانواده

# انتظار از بازاریابی ملک و ساختمان

متاسفانه تصور عموم نسبت به افراد  
شاغل این صنف کمرنگ شده است

# انتظار از بازاریابی ملک و ساختمان

- ▶ فرهنگ سازی و پیشبرد شعور بازاریابی
- ▶ به حداکثر رساندن سرمایه بطور همه جانبه
- ▶ افزایش ارزش سرمایه ملک و ساختمان
- ▶ به حداکثر رساندن رضایت خریدار و فروشنده
- ▶ به حداکثر رساندن حق انتخاب
- ▶ به حداکثر رساندن کیفیت زندگی
- ▶ پیشبرد رضایت اجتماعی ، فرهنگی و اقتصادی

# مدیریت تقاضا



# تقاضای منفی

► برای برخی از ساختمان ها و خانه ها افراد نه تنها تقاضا ندارند بلکه در مورد آن موضع منفی میگیرند.

در این مورد مدیر بازاریابی باید با استفاده از بازاریابی تبدیلی در آنان ایجاد تقاضا نماید.

مانند ساختمانهاییکه در بخشهای زلزله خیز بنا میشود.

# نبود تقاضا

▶ گاهی برای برخی ساختمانها بویژه  
ساختمانها و برجهای جدید ، تقاضا وجود  
ندارد .

مدیر بازاریابی با استفاده از بازاریابی  
ترغیبی باید برای اینگونه فایلها  
تقاضا ایجاد نماید .

# تقاضای تنزلی

▶ در این حالت تقاضا برای برخی ساختمانها و برجها رفته رفته کاهش میابد.

مانند ساختمانهاییکه در طرح ترافیک بنا شده اند .

وظیفه مدیر بازاریابی این است که با استفاده از بازاریابی احیایی به احیا و تجدید تقاضا برای آن کالا اقدام نماید.

# تقاضای کامل

▶ ملک ها و ساختمانهایی که به اندازه عرضه آنها تقاضا وجود دارد و با استفاده از بازاریابی محافظتی میتوان تقاضای فوق را در همان وضع حفظ نمود.



# تقاضای بیش از حد

► تقاضا برای برخی ملک ها و ساختمانها بیش از حد مورد نظر است.

مانند آپارتمانها با متر اژپایین.

مدیر بازاریابی با استفاده از بازاریابی تضعیفی لازم است به کاهش تقاضا اقدام نماید.

# تقاضای فصلی

► برای برخی واحدهای ساختمانی و ملک در فصلهای خاص تقاضا وجود دارد و بقیه فصلها تقاضایی مطرح نیست.

مانند زمینها و خانههایی که در شمال کشور واقع هستند و در تابستان تقاضای خاصی وجود دارد.

در این موارد مدیر بازاریابی با استفاده از بازاریابی تعدیلی به توزیع تقاضا در فصول مختلف میپردازد.

# مشاور املاک حرفه ای

- ▶ منطقه شناس
- (نقشه خوانی / منطقه شناسی عملی)
- ▶ استخراج فایل های منطقه
- ▶ اکتشاف فایل در منطقه
- ▶ اصول و فنون مذاکرات تلفنی
- ▶ اصول مذاکره حضوری
- ▶ تکنیک تحلیل شخصیت
- ▶ آماده سازی فایل برای کار
- ▶ آگهی و تبلیغات
- ▶ سرویس
- ▶ فالو آپ پیگیری
- ▶ کانفرم جلسه و نشست
- ▶ کانفرم کمیسیون
- ▶ ارزیابی و تحلیل مشتری

# کار تخصصی

راز موفقیت  
در  
مشاوره  
املاک

# كار تخصصى

ملكى

معامله

منطقه

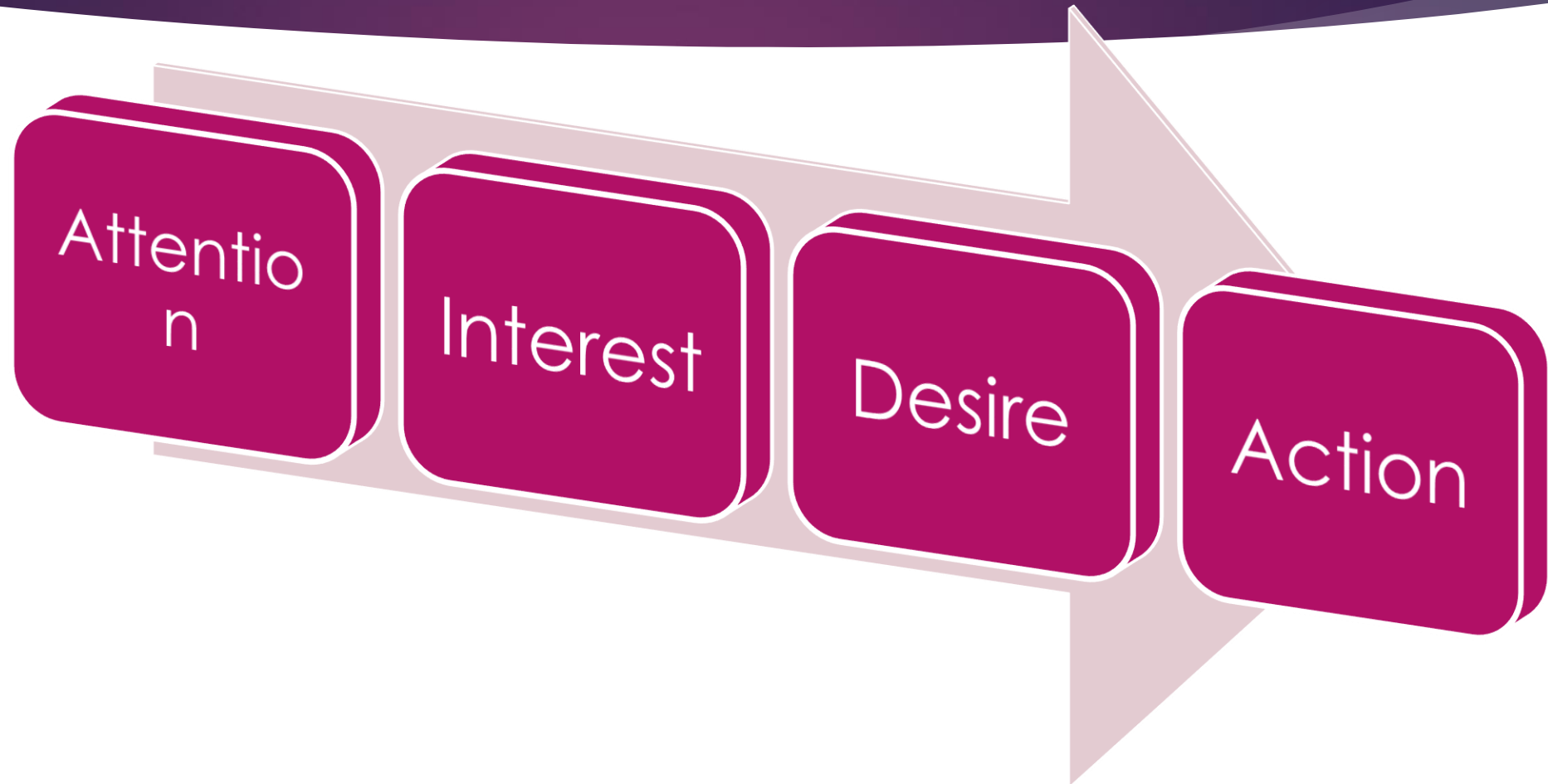
# ابعاد تخصص برای پرسنال برندینگ

► **منطقه** کاری با حدود ترسیم شده کاملاً مشخص

► **معامله** انتخاب یک نوع معامله به عنوان تخصص ملکی  
(اجاره ، فروش، رهن ، مشارکت...)

► **ملک** کار روی ملک با کاربری های خاص

# AIDA



# تکنیک های مهم در فروش و بازاریابی املاک

خیابان پن بست

مشاوره رایگان

فروش اعتمادی

گشش و ارسال

بازار خالی



# MARKETING 4P

