

交通运输企业安全生产标准化考评丛书：道路运输企业安全生产标准化考评指南



[交通运输企业安全生产标准化考评丛书：道路运输企业安全生产标准化考评指南_下载链接1](#)

著者:交通运输部安全监督司 编

[交通运输企业安全生产标准化考评丛书：道路运输企业安全生产标准化考评指南_下载链接1](#)

标签

评论

价格不高，性价比好，送货迅速

介绍得很详细，很有指导价值。

差点坑了我

货比较少，单位买的。质量不错，不过书的内容对安全标准化的建设没什么大帮助~

就是没发票

开错发票搞成是我的责任，搞了一个月，还帖了运费。唉。

不错

好

行

(3) 文化因素对购房行为的影响。对于房地产行业而言，文化因素的影响力既广而深，其中尤以本人所处的亚文化群体及社会阶层最为重要。例如，对于一个文化气质很浓厚的消费者来说，如果你所销售的物业叫“某某斋、某某山庄”，可能比较迎合这些人的品位，因为这些人总不想与市井俗民为伍。这群消费者对物业的要求既要大气，又要高雅，还要安静。物以类聚、人以群分，每一阶层的人都有属于他们自己的文化圈子。因此，营造社区文化，并以此来征得目标客户的认同是楼盘推广的有效手段。至于如何营造、营造什么文化，则是在项目前期策划时就已经定下来。住宅楼的推广尤其需要重视社区文化。通常在旧城区，社区文化都早已形成，像北京的

四合院、广州的西关大屋等都凝聚着浓郁的文化传统。如果你所销售的项目是在这些区域，那么，推广时要不要引用这些人们早已熟悉的传统文化，这就需要调查分析了。

2. 社会因素 (1) 参考群体。人的行为受到许多群体的强烈影响。参考群体是指那些能直接或间接影响于人的看法和行为的群体，如家庭、朋友、邻居和同事。售楼员应努力识别目标客户的参考群体。人们至少在三方面受他们的参考群体的重大影响：参考群体使一个人受到新的行为和生活方式的影响；参考群体还影响个人的态度和自我概念，因为人们通常希望能迎合群体；此外，参考群体还产生某种趋于一致的压力，它会影响个人对实际产品的选择和品牌选择。

(2) 家庭。购买者家庭成员对购买者行为影响很大，在购买者生活中可区分为两种家庭类型。导向型家庭包括一个人的双亲，每个人都从父母那里得到有关政治、经济、个人抱负、自我价值和爱情等方面的指导。即使与双亲之间的相互影响已经不太大了，但双亲对购买者无意识的购买行为的影响仍然是重要的。在我国这样的父母和子女共同生活在一起的国家里，父母的影响力非常大。

对日常购买行为有更直接影响的是有子女家庭，即夫妻加上其子女。它是社会中最重要消费购买单位。夫妻在产品购买行为和购买决策作用方面随产品种类的不同而各异。一般来说，妻子主要购买家庭日用品，特别是像食物、日用杂货等。

(3) 文化因素对购房行为的影响。对于房地产行业而言，文化因素的影响力既广而深，其中尤以本人所处的亚文化群体及社会阶层最为重要。例如，对于一个文化气质很浓厚的消费者来说，如果你所销售的物业叫“某某斋、某某山庄”，可能比较迎合这些人的品位，因为这些人总不想与市井俗民为伍。这群消费者对物业的要求既要大气，又要高雅，还要安静。物以类聚、人以群分，每一阶层的人都有属于他们自己的文化圈子。因此，营造社区文化，并以此来征得目标客户的认同是楼盘推广的有效手段。至于如何营造、营造什么文化，则是在项目前期策划时就已经定下来。

住宅楼的推广尤其需要重视社区文化。通常在旧城区，社区文化都早已形成，像北京的四合院、广州的西关大屋等都凝聚着浓郁的文化传统。如果你所销售的项目是在这些区域，那么，推广时要不要引用这些人们早已熟悉的传统文化，这就需要调查分析了。

2. 社会因素 (1) 参考群体。人的行为受到许多群体的强烈影响。参考群体是指那些能直接或间接影响于人的看法和行为的群体，如家庭、朋友、邻居和同事。售楼员应努力识别目标客户的参考群体。人们至少在三方面受他们的参考群体的重大影响：参考群体使一个人受到新的行为和生活方式的影响；参考群体还影响个人的态度和自我概念，因为人们通常希望能迎合群体；此外，参考群体还产生某种趋于一致的压力，它会影响个人对实际产品的选择和品牌选择。

(2) 家庭。购买者家庭成员对购买者行为影响很大，在购买者生活中可区分为两种家庭类型。导向型家庭包括一个人的双亲，每个人都从父母那里得到有关政治、经济、个人抱负、自我价值和爱情等方面的指导。即使与双亲之间的相互影响已经不太大了，但双亲对购买者无意识的购买行为的影响仍然是重要的。在我国这样的父母和子女共同生活在一起的国家里，父母的影响力非常大。

对日常购买行为有更直接影响的是有子女家庭，即夫妻加上其子女。它是社会中最重要消费购买单位。夫妻在产品购买行为和购买决策作用方面随产品种类的不同而各异。一般来说，妻子主要购买家庭日用品，特别是像食物、日用杂货等。

(3) 文化因素对购房行为的影响。对于房地产行业而言，文化因素的影响力既广而深，其中尤以本人所处的亚文化群体及社会阶层最为重要。例如，对于一个文化气质很浓厚的消费者来说，如果你所销售的物业叫“某某斋、某某山庄”，可能比较迎合这些人的品位，因为这些人总不想与市井俗民为伍。这群消费者对物业的要求既要大气，又要高雅，还要安静。物以类聚、人以群分，每一阶层的人都有属于他们自己的文化圈子。因此，营造社区文化，并以此来征得目标客户的认同是楼盘推广的有效手段。至于如何营造、营造什么文化，则是在项目前期策划时就已经定下来。

书评

[交通运输企业安全生产标准化考评丛书：道路运输企业安全生产标准化考评指南_下载链接1](#)