

# 《商业地产规划设计招商运营市场营销策划管理》

## 七天课程介绍

要想脱颖而出、接受强化培训、现场面对现场、在于实战经验  
技能管理提高、领会实战经验、回店展开工作、得心应手熟练  
努力在于训练、功劳在于实现、个人价值提高、成长迅速见效

### 第一天                      商业地产项目开发的规划和设计方法

开发商业地产与住宅不一样，不是先规划 设计好再销售，而要先确定经营模式、服务对象，再按经营业态需求进行建筑规划与设计，不然以后改建的费用会使成本大大抬升。在建筑设计上也要充分注意动线（人流移动的路线）设计的科学性，避免由死角所带来的物业价值的贬损。

一般来说，比较专一的商品，顾客希望有广泛的比较和选择余地，希望有集中的专门店。这种顾客以购买一类商品为目的，对商业气氛、娱乐性、环境没有过多要求，把注意力全部集中在商品，并比较其质量、价格等因素，选址原则“天时”、“地利”、“人和”都会直接影响企业的经营。

#### **核心内容一：商业地产项目设计与理念**

我们很多商业地产项目设计完以后，经常要改来改去，就是进入施工期，这种现象依然存在，电梯放在哪里最合适？观光电梯挂在哪里最显眼？层高到多高才合适？柱距多款才合适？层重真的很重要吗？电影院的标准怎么这样难？大卖场的收货区，为什么设计师总是弄不明白？进入商业地产卖场的超市生鲜到底需用电还是液化气、石油气？

对于这些困扰我们多年的问题，解决的办法和方法是什么？不是我们的设计大师不行，不是我们设计出来的东西不好吗？关键是好看，不中用，有什么用！因为我们不了解品牌商的需求，我们的设计要根据他们的思路来，根据他们的需求走，你设计盖的房子再好也没用，因为消费者不喜欢，不认可，商业地产项目也是一样的，我们不根据商家、商户的需求来规划设计，他们根本不愿意来，动线，动线还是动线，规划、规划还是规划？解开难题，让我们深度走进设计与规划理念中来。

消费者都知道中国在购物中心的设计和规划上落后于西方国家。他们通过读报纸，看电视，看电影来了解西方人的生活方式。通过旅游的方式，他们亲眼看到了国内与国外生活方式的不同。从这一点上来讲，这种缺少的感觉也许只是一般性的感觉，但是它很快使中国的消费者变得越来越有追求，那些在设计上品位不高的购物中心会使他们市场回应方面大打折扣。

- 1、商业地产项目成功的设计和规划理念
- 2、商业地产项目怎样对市场进行分析设计出适合何种类型的商店？

- 3、商业地产项目怎样才能使潜在的消费者加入到项目中来？需要向消费者提供什么？在今后的日子里应该以什么样的趋势来锁定消费者？
- 4、商业地产项目对项目特征的初步设计过程进行评价和定义。
- 5、商业地产项目确定业种业态组合，动态地与主力店招商工作结合并作调整。
- 6、商业地产项目建筑方案确定和工程制图。

### **核心内容二：商业地产项目量身打造是未来方向**

但是有一个现象不得不值得注意，那就是众多的投资机构涌入这个行业，他们之中不少缺乏商业运营经验，只想进入这行业套出大量利润，然后全身而退。

常识告诉我们，商业运营是不可能在短期内产生大量利润的。所以，这样的现象是否会导致整个行业的无序和危险呢？购物中心和商业地产行业该如何运作才符合未来需求？

- 1、商业地产项目最好的切入时机是从拿地的时候就开始
- 2、商业地产项目要量身打造一个最具魅力的购物中心
- 3、商业地产项目要提前进行规模的市场调研，包括商圈情况、商业竞争情况、消费者品牌喜好程度、区消费力状况、经营方式等多方面调研
- 4、为什么商业地产项目招商与项目建设要同步进行

### **核心内容三：如何规划商业地产项目商业业态**

商业业态，是指经营者为满足不同的消费需求而形成的经营模式或营业形态，商业地产项目的商业业态规划，则是指充分利用各种商业资源，为实现成功招商、销售和日后的成功营运，而对商业项目各功能分区和各楼层营业项目所进行的规划。

商业业态规划是一个商业地产项目整体性的、具有战略意义的商业组合，它综合反映了该商业地产项目的整体定位和特色。

- 1、商业地产项目业态规划应考虑的因素；
- 2、商业地产项目在当地的经济水平；
- 3、商业地产项目当地的商家资源；
- 4、商业地产项目业态规划应考虑的因素；
- 5、商业地产项目租金水平；
- 6、商业地产项目面积要求；
- 7、商业地产项目工程技术条件；
- 8、商业地产项目业种的聚客能力；
- 9、商业地产项目辅助功能区需求；
- 10、商业地产项目的人流动线；
- 11、商业地产项目规划设计主意要点分析。

## **第二天 商业地产招商实战兵法**

孙子曰：知彼知己者，百战不殆；不知彼而知己，一胜一负，不知彼，不知己，每战必殆。

孙子曰：将听吾计，用之必胜，留之；将不听吾计，用之必败，去之。计利以听，乃为之势，以佐其外。势者，因利而制权也。

■商业地产看起来容易做起来难的专业！

■商业地产是一个非常专业的课题，它不仅需要专业的规划、设计、市场调查、立项定位，还需要专业的营销策划、推广，专业的经营管理做后期服务。

■同样是做平台，住宅地产做的是居住的平台，而商业地产做的是商业的平台，交易的平台。

■商业地产的运营模式，不仅要把握商业运行规律，还要对各种资源进行有效整合。

1、实战兵法-商业地产招商中的风险

2、商业地产项目周围是否有足够市场需求支撑；

3、商业地产项目与其规模相适应的市政配套是否合理完善；

4、商业地产项目否具有足够的吸引力，有形的建筑空间、无形的购物氛围、品牌档次和层次都是衡量标准。

5、营运商较低的知名度和缺乏经验，使招商难度进一步提高。

6、实战兵法-主题突出结构合理

商业地产项目集购物、娱乐、餐饮、休闲等各种功能于一身，兼具百货店、仓储式商店、超市、品牌专卖店等各种零售业态，故定位于家庭的一站式购物消费和一站式休闲享受。

(1) 实战兵法-商业地产项目商业业态

(2) 实战兵法-商业地产项目目标市场定位

(3) 实战兵法-商业地产项目业态定位

(4) 实战兵法-商业地产项目功能定位

(5) 实战兵法-商业地产项目经营定位

(6) 实战兵法-商业地产项目营销策略定位

(7) 实战兵法-商业地产项目招商策略定位

(8) 实战兵法-商业地产项目企业形象定位

(9) 实战兵法-项目定位、规划组合

(10) 实战兵法-准确定位是商业地产项目经营的前提和保障

## ■案例学习

实战兵法业态规划案例分析学习

百货动线规划与购物中心的区别

◆某商业项目调整前后对比

## ■案例分析

◆市中心及社区型商业地产规划

7、商业地产项目启动九项定位

8、实战兵法-从品牌服装商来考虑

■我们要了解品牌的市场

■我们要了解品牌的底牌

■我们要了解品牌商心态

■我们要了解商户的营销

■我们要了解品牌的分析

■我们要了解商户的愿望

9、商业地产项目业态规划应考虑宏观因素

10、项目当地的经济水平

- 11、商业地产项目当地的商家资源
- 12、商业地产项目业态规划应考虑微观因素
  - 1) 商业地产项目租金水平
  - 2) 商业地产项目面积要求
- 13、商业地产项目业种的聚客能力招商兵法-主力店
- 14、对目前主力店招商的一些看法

## ■ 实战案例分析

### ■ 国内知名主力店选址要求与规范

- ◇ 餐饮业选址规范与要求
  - ◇ 商务餐饮选址规范与要求
  - ◇ 大众餐饮选址规范与要求
- ◇ 礼品店、珠宝店、收藏品店选址规范与要求
- ◇ 服务类选址规范与要求
  - ◇ KFC 选址规范与要求
  - ◇ 吉野家选址规范与要求
  - ◇ 百货选址规范与要求
  - ◇ 家乐福选址规范与要求
  - ◇ 中影影院选址规范与要求
  - ◇ 元绿回转寿司选址规范与要求
  - ◇ 如家酒店选址规范与要求
  - ◇ 汤姆熊电玩世界选址规范与要求
  - ◇ 金海马集团选址规范与要求
  - ◇ 奇乐儿选址规范与要求
  - ◇ 时代大地影院选址规范与要求
  - ◇ 中型中餐厅选址规范与要求
  - ◇ 酷圣石冰淇淋选址规范与要求
  - ◇ 棒约翰选址规范与要求
  - ◇ 万千百货公司选址规范与要求
  - ◇ 大洋百货选址规范与要求
  - ◇ 红星美凯龙选址规范与要求
  - ◇ 汽车保养店选址规范与要求
  - ◇ 沃尔玛选址规范与要求
  - ◇ TESCO 乐购选址规范与要求
  - ◇ 豪客来选址规范与要求
  - ◇ 干洗店选址规范与要求
  - ◇ 莎莎选址规范与要求
  - ◇ 比亚国际会所选址规范与要求
  - ◇ 香港益诚（国际）投资有限公司选址规范与要求

## 第三天、商业地产项目的招商策划技能规范

随着中国经济的高速发展，人民生活水平的日益提高，大量境外优秀连锁零售商业的进入及其在国内的快速发展，推动国内商业及商业地产进入了一

个快速发展的阶段，商业地产项目时间能否把握、成本能否有效控制、招商是否成功，主要取决于所开发的项目是否适合当地市场，有没有拴住主要大主力品牌商家，商业价格取决于商业的价值，商业的价值取决于商业的经营，商业地产的操作是一个庞大而有机的整体。从调研阶段的可行性分析、规划阶段的定位设计到实际建设阶段的管理与监督，直至招商、推广、运营管理每一个步骤都必须紧紧相连环环相扣，对相关行业资源进行整合。

目前国内很多商业项目在开业初期都会采取“放水养鱼”的做法，通过免租期、租金优惠、追加经营推广费用三大法宝来做旺市场，希望项目开业后，发展商能坐收高租金。但事实情况是：由于前期招商人员不专业，招商把关不严，导致商场生命力有限，经营每况愈下，另外由于商业项目前期定位缺少对市场规律的理解和把握，在定位失误的情况下，即使商户质量再高、经营推广花再多的功夫，都无济于事。

制定大型商业地产项目招商计划、营销宣传计划，为保障大商家及供应商利益，发展商要做好细致的准备工作。运营部门要确定招商时间安排、主要招商场所、主要招商骨干、招商宣传与招商策划、主要招商活动、招商费用，并得到发展商主要的支持。

#### **核心内容一：招商人员准备回答商户提出的 60 个问题**

- 1、关于地理位置准备回答的问题
- 2、关于项目状况准备回答的问题
- 3、操作方式情况准备回答的问题
- 4、政策法规准备回答的问题
- 5、建材与设备准备回答的问题

#### **核心内容二：招商策划步骤与方法**

- 商业地产项目首先确定我们的零售商
- 我们的商业地产项目目标在哪里？
- 我们商业地产项目需要多少主力店？
- 商业地产项目怎么规划这些主力店的位置？
- 商业地产项目主力店的位置占据多少面积？
- 商业地产项目招商不是一个开业前就完结的工作，实际上商业地产的招商是一个无限循环的工作，开业前是大规模招商，开业后根据销售情况进行调整招商，这都需要信息系统的分析支持，更需要基于知识的辅助决策。

#### **核心内容三：商业地产项目招商策划的含义**

- 1、商业地产项目招商策划要有准确的目标定位
- 2、商业地产项目招商策划要有战略高度，综观全局，立足长远
- 3、商业地产项目招商策划要知己知彼，把握优势
- 4、商业地产项目招商策划要突破成规，另辟蹊径
- 5、商业地产项目招商策划要把握时机，适度超前

#### **核心内容、招商策划的核心——招商计划**

- 1、制定大型 MALL 招商计划

## 2、营销宣传计划

## 3、发展商做好细致的准备工作

## 4、招商宣传造势

商业房地产项目招商宣传的三个目标：

→吸引大商家目光      →吸引品牌供应商进场      →为开业作好宣传，引起消费者的关注

## 5、招商及谈判策略

招商要做好三项工作：

→建立大商家专题资料库    →了解选址条件与偏好    →了解大商家企业文化特点与经营特色

## 6、招商推广成功的关键

◆案例分析：目前开发商存在的问题的分析

→开发商未能较准确进行业态和功能定位

→业态规划后，市场定位不当

→缺乏设定重点招商目标及多次反复的沟通

→租金及其年递增率制定不合理。

→形成互补效应

→运用专业化

→竞争差异化

→强调品牌店

## ■案例分析

如何做好招商计划案例

## 核心内容五、商业地产项目的招商与开业

### 1、占绝对性位置的主力店

→主力店具体的进度，他们的进度会影响整个开业计划。

→如果主力店不开业整个购物中心很难成功开业的。

### 2、筹备阶段的主力店

### 3、商户筛选

## 第四天、商业地产项目的营运管理技能

当今的商业地产项目究竟是什么？对于这个问题，我们认为，商业项目不再仅仅是商品堆积和买卖场所，已经从一个单纯的商业概念转变为一个时尚概念，和一种现代生活的符号，商业项目的天职是向目标顾客提供最满意的商品和服务。当今的消费者也在变化，他们更加注重人与人的交往，更加注重自我的表达，希望能拥有属于自己的喜好、格调与品位，并且通过自己的外表、日常用品的选择等展示给自己和他人欣赏。对于商品的选择实际上已经成为了自我表达的一种最为直接的方式。

现代意义上的物质主义，不再片面的追求奢华与占有，一切以个性张扬为出发点，讲究的是人性化与舒适程度。此外，目前商业地产还变“人找商品”为“商品找人”，进行了一系列创造顾客的竞争策略，真正给顾客创造了良好舒

服方面。

创新是商业地产项目的生命力，也是商业永远的主题。在对新的投资环境下成长并开始并成熟的改造商业项目，那么我们就要对市场的敏感度都很强，我们要有着敏锐的市场目光。商业项目的投资风险比较大，我们必须要使商铺有特殊的主题，引入新的经营模式，让投资者感到物有所值，机不可失，这样才有重新改造的意义。

商业经营管理是一件专业性要求较高、工作繁琐的工作，它的工作过程涵盖了开发、定位、招商、经营、推广多个阶段性工作，乍一看起来有些复杂，但是商业经营管理工作并不是无章可循，从技术层面来说，其可操作性还是很强的。

### **核心内容一：商业项目启动的九项定位**

很多商业地产项目都有其特殊性，文化、旅游等都可能成为其商业元素，做商业地产时需要最大限度地挖掘它的商业元素，而成功挖掘的前提也依赖于高水平的规划。制定科学的商业规划科学的商业规划是招商质量的基础，要做到有的放矢，把功夫下在做好商业规划上。

那么怎样制定一个比较科学的商业规划？做好商业地产项目的品牌规划与组合必须先考虑商业项目的定位，这是商业项目策划的开始，它决定和影响项目的规划设计、物业需求、品牌招商、经营管理、商品定价、服务管理、促销策略、形象推广等诸多方面，是一个商业项目运作的前提和保障。

- 1、什么是商业地产项目业态定位？
- 2、什么是商业地产项目功能定位？
- 3、什么是商业地产项目品类定位？
- 4、什么是商业地产项目客群定位、客层定位？
- 5、什么是商业地产项目商圈定位？
- 6、什么是商业地产项目模式定位？
- 7、什么是商业地产项目形象定位？
- 8、什么是商业地产项目策略定位？
- 9、什么是商业地产项目战略定位？

#### **■案例学习：**

◇商圈市调分析与方法步骤（表格）

### **核心内容二：商业地产项目规划与设计**

注重市场培育，实施专业管理，商业地产项目的成熟必定会经过一个发展过程，商业推广是否到位、经营管理是否将商业地产项目直接决定其市场培育周期，商业地产项目仅仅通过租金优惠不是市场培育的根本，根据市场寻求准确的定位，通过专业商业管理实现良性的持续经营，才是商业地产项目规避投资风险实现物业价值的根本所在。

- (1) 商业地产项目客流规律
- (2) 商业地产项目交通状况
- (3) 商业地产项目商业环境

- (4) 商业地产项目地形特点
- (5) 商业地产项目符合城市规划要求
- (6) 认识专业特色市场
- (7) 特色市场投资开发要点

#### ■案例学习

◇某商业规划设计学习（动画）

### 核心内容三：商业地产营销与创新策划

- 1、案例学习商业地产项目策划背景；
- 2、什么是商业地产项目要整合优势资源制定主攻策略；
- 3、什么是商业地产项目要制定出营销推广的整体实施策略；
- 4、什么是商业地产项目的品牌营销及方法；
- 5、什么是商业地产项目服务营销及方法；
- 6、什么是商业地产项目活动营销及方法；
- 7、商业地产项目的服务营销五大服务体系是什么；
- 8、商业地产项目文化营销加速项目的成长。

#### ■案例学习

◇某商业地产项目营销推广活动案例分析（表格）

### 核心内容四：商业地产项目经营管理要素

现阶段无论是商业地产项目开发商、策划代理商、经营管理商，无不对商业经营管理畏之如洪水猛兽，均不想介入此项所有商业项目无法回避的工作，个中原因，倒不是商业经营管理是什么高科技，而是大家都对商业经营管理摸不着头脑，即便开发商有心把商业经营好，却不知从何下手。

从技术的角度来看，商业经营管理并不是无章可寻。要搞好经营管理工作，需要先认清商业项目经营管理工作的重点，抓住定位期、筹备期、进场期、启动期、运营期、稳定期六个时期的工作。

- 问题 1、为什么说商业地产项目定位期为商业运营打好基础？
- 问题 2、为什么说商业地产项目筹备期为市场运营做好准备工作？
- 问题 3、为什么说商业地产项目进场期提升产品竞争力和商户经营信心？
- 问题 4、为什么说商业地产项目启动期把人气做起来？
- 问题 5、为什么说商业地产项目运营期把生意机会最大化？
- 问题 6、为什么说商业地产项目稳定期守卫消费商圈与时俱进提升商业竞争力？
- 问题 7、怎样管理好入住后的品牌商户？
- 问题 8、怎样去提升商户业绩与提升卖场人气？
- 问题 9、商业地产在经营中最害怕什么？
- 问题 8、商业地产项目在管理中我们要学习那些方面的专业技能？

#### ■案例学习

◇深圳万象城的运营管理分析（图片+表格）

## 第五天、商业地产项目的营运管理

商业零售经营多年来一直保留着传统的经营模式与管理方法，但目前已不能适应社会发展和人们的消费需求，必须改变原有的经营思想、经营模式、管

理方法和服务方式。怎样使商业地产与零售百货的发展结合起来，促进城市的繁荣和发展？

### **核心内容五：商业地产如何实现高效招商**

目前商业地产项目集中供应，其绝对量的增长速度超出了品牌商家的拓展需求规模，因此造成了市场上商业地产项目招商竞争激烈，亦对各商业地产项目的招商工作提出了更高要求。

- 问题 1、商业地产项目适合性定位的选择的重要性
- 问题 2、商业地产项目适应性的建筑设计的重要性
- 问题 3、商业地产项目合理的招商节奏把握的重要性
- 问题 4、商业地产项目针对性的推广策略的重要性
- 问题 5、商业地产项目专业及稳定的团队的重要性
- 问题 6、商业地产项目布局不合理商业地产面临招商困局怎么办
- 问题 7、商业地产项目商铺空置率走高怎么办
- 问题 8、商业地产项目为什么高租金影响招商进度
- 问题 9、商业地产项目如何破解困局须看开发实力
- 问题 10、商业地产项目品牌要如何创新

#### **■案例学习**

◇某商业地产招商管理规范（表格）

### **核心内容六：商业地产招商策划及招商计划实施**

制定商业地产项目招商计划、营销宣传计划，为保障大商家及供应商利益，发展商要做好细致的准备工作。商业地产项目的运营公司要确定招商时间安排、主要招商场所、主要招商骨干、招商宣传与招商策划、主要招商活动、招商费用，并得到支持。

在开展商业地产项目实际招商工作之前，我们首先确定招商目标，然后确定商家档次、规模、具体租金条件。

- 1、商业地产项目招商原则
- 2、商业地产项目招商策划的核心—招商计划
- 3、商业地产项目招商费用使用策略
- 4、商业地产项目分块招商策略
- 5、商业地产项目招商队伍的建立与优化
- 6、商业地产项目招商宣传、造势
- 7、商业地产项目招商及谈判策略
- 8、商业地产项目招商推广：成功的关键
- 9、商业地产项目控制招商质量的作法
- 10、制订商业地产项目招商谈判策略

#### **■案例学习**

◇分析学习某商场制定的政策（表格）

### **核心内容七、整体科学、调查分析**

调查至少要包括市场环境的分析、商业环境的分析、消费者的分析、投资者的分析、竞争对手的分析、差异分析等等，因为商业地产的主题概念定位，

功能分区的布局、楼层布局，这些规划设计的内容，一定要通过前期的调查分析才能够得到。

- ◆商业地产项目的重新调整与整改须有差异性；
- ◆商业地产项目的重新调整与整改定位的差异性影响建筑规模上的差异性；
- ◆商业地产项目的重新调整与整改定位要对时段划分方面的考虑；
- ◆商业地产项目的重新调整与整改定位要做好客源重叠分析和规划；
- ◆商业地产项目的重新调整与整改定位要使商品趋向全方位服务功能；
- ◆商业地产项目的重新调整与整改定位要品形成互补功能；
- ◆商业地产项目的重新定位要结合个别形象，塑造购物中心的群体形象；
- ◆商业地产项目的重新调整与整改定位要注重提升平效所谓平效；
- ◆商业地产项目的重新调整与整改如何把握全局与方向；
- ◆对于建筑规划结构有很大缺陷的商业项目，应该在哪些方面工作加大力度才能最大限度的弥补建筑缺陷？

### ■案例学习

◇某商业项目的失败原因分析（图片）

### 核心内容八、定位、性能、完善、提升、管理

在功能上是这样的，在业态互补也是这样的，即使在综合体里有零售，有购物中心

一直保持商业地产全面调试的运转模式。

- ◆商业地产项目的重新定位原有设计外观非常好，但是内部设计在细节动线上；
- ◆商业地产项目的重新定位推广方式上要提升；
- ◆商业地产项目的重新定位就是立足于原来的基础上形成一个整个业态的组合和目标；
- ◆商业地产项目的重新定位能商业项目改项目变的前途；
- ◆商业地产项目的重新定位就是要通过准确定位能改变项目的命运；
- ◆商业地产项目的重新定位品牌商怎样看；
- ◆商业地产项目的重新定位前的宣传推广；
- ◆商业地产项目的重新定位改造装修形象。

### ■案例学习

上海某商业项目重新调整定位成功的案例（图片）

### 核心内容九、现场运营、制度标准◆

商业地产项目的重新定位改造后的现场运营管理要求各流程作业的标准化、制度化和信息化以外，还要从以下几个方面着手。◆

- ◆内部管理模式的改善；
- ◆对招商渠道进行有效的管理；
- ◆选择优秀的供应商；
- ◆定期评价供应商，达到对供应商进行动态管理的目的；
- ◆加强服务管理；
- ◆搞好客户关系管理。

DVD、图片案例观摩学习

## 第六天、商业房地产项目的促销策划技能

当商业地产项目促销成为我们必要的营销手段的时候，在如何突破促销传统观念的基础上，需要更加关注促销的内在需求，促销是商业地产项目一种可以为企业展望未来的平台，也是提供商业地产项目信息的良好窗口，所以在使用促销上面，应该把促销的各项功能发挥出来。

### 核心内容一：商业地产项目促销的策划技巧

- 1、商业地产项目节日促销与一般的促销意义不同；
- 2、商业地产项目装扮；
- 3、商业地产项目促销产品；
- 4、商业地产项目促销台面；
- 5、商业地产项目促销环境；
- 6、商业地产项目促销人员；
- 7、商业地产项目促销定性；
- 8、商业地产项目动态促销；
- 9、商业地产项目促销技巧；
- 10、商业地产项目促销时限；
- 11、商业地产项目促销量化；
- 12、商业地产项目促销特点；
- 13、商业地产项目促销目标；
- 14、商业地产项目促销氛围
- 15、商业地产项目成功促销的八个到位

### 核心内容二：商业地产项目管理特点

- 1、商业地产项目规模特点；
- 2、商业地产项目规划特点；
- 2、商业地产项目运营特点；
- 3、商业地产项目商铺的特点；

### 核心内容三：商业地产项目现场统一管理规范

- 1、商业地产项目管理的理念；
- 2、商业地产项目招商管理规范；
- 3、商业地产项目营销管理规范；
- 4、商业地产项目服务监督规范；
- 5、商业地产项目高效运转规范；
- 6、商业地产项目物业管理规范；
- 7、商业地产项目娱乐休闲空间管理规范；
- 8、商业地产项目业态管理规范；
- 9、商业地产项目租赁政策与承租服务规范；
- 10、商业地产项目注意引进国外品牌规范。

### 核心内容四：如何提高商业地产项目的核心竞争力

面对新的零售业态的迅猛发展、国外商业的步步紧逼，商业地产项目欲顶住挑战，摆脱困境，重新走向辉煌，关键在于构建新时期的核心竞争力。对于目前商业地产项目的核心竞争力是指适应消费者需求变化趋势，符合商业地产项目经营目标和发展实力，能够持续增强在零售市场竞争地位的业务优势。

问题：1、为什么今后商业地产项目将以时尚及休闲类商品为重心？

问题：2、信息沟通、社会交往、心理互动的多元化活动是什么？

问题：3、为什么今后商业地产项目要挑起了休闲化、个性化、多样化消费浪潮？

问题：4、为什么今后商业地产项目要在提供名优新特商品的同时配以高质量的服务跟进？

问题：5、今后商业地产项目要在需求多元化、消费个性化的买方市场，更适应环境变化才有优势可言？

问题：6、为什么今后商业地产项目要强化团队关系，提高员工素养？

问题：7、如何提高商业地产项目管理干部的综合能力？

问题：8、如何提高商业地产项目管理干部的经营意识？

问题：9、如何提高商业地产项目管理干部的有创新能力？

问题：10、怎样让商业地产项目管理干部坚持工作质量和工作标准？

问题：11、怎样让商业地产项目管理干部要体现领导的能力？

问题：12、怎样让商业地产项目管理员工要保持积极的心态？

问题：13、怎样让商业地产项目管理干部要注意培育下属的意识和思维？

问题：14、怎样让商业地产项目管理干部要不断增强目标意识？

### **核心内容五：重塑商业地产项目的核心竞争能力**

目前中国的百货业正处于衰退阶段：百货商场数量的增加并没有带来其销售份额在整个社会商品零售总额中比例的上升,而是趋于下降。面对消费需求的变化、其他业态的冲击、新的同业的分割、经营管理的落后等，商业地产项目要想在新一轮的竞争中站稳脚跟，需要成功建立核心竞争能力和竞争优势。

1、怎样看待商业地产项目从产品竞争到能力竞争

2、什么是商业地产项目业态竞争与核心能力

■主力商品

■服务特色

■企业形象

3、什么是商业地产项目直接竞争与核心能力

■市场定位

■优势商品

■企业形象

### **核心内容六：如何做好商业地产项目商户专柜评比及奖惩**

商业地产项目的营运部门应在每月或每季度对各楼层及商户进行绩效考核，并定期开展绩效评比，以期提升公司总体的绩效水平。

1、商业地产项目商户考核的原则和目的

2、商业地产项目商户绩效考核的制定方式

3、商业地产项目商户评比的重要性

4、商业地产项目商户评比的重点考评标准

5、商业地产项目商户业绩评定标准

- 6、商业地产项目商户商品质量及物价评定
- 7、商业地产项目商户服务评定
- 8、商业地产项目商户货品调配能力
- 9、商业地产项目商户参与统一促销活动
- 10、商业地产项目商户的违纪行为
- 11、商业地产项目商户评比的程序

#### ■精彩案例分析

◇深圳、香港百货商场促销全集

#### ■精彩案例分析

◇商业地产项目形象推广案例

◇商业地产项目企划工作任务分析

## 第七天：大型社区商业运营管理

住宅与商业项目的开发成功的标志是以全部物业出售率为目标，而商业地产项目是以完成部分的物业的出售或全部持续的出租率为目标，其商业投资的价值实现途径较前者来讲更为复杂，周期也更长，因而也就蕴含了更多的风险。新的商业地产开发高潮——底商开发，底商给开发商提供了一种全新的地产赢利模式，正在受到越来越多的开发商的热捧。底商相关概念底商是指利用楼盘底层或低层作为商业用房，以满足自身或区域消费者的各种需求。

- ◆底商和商业配套的区别；
- ◆底商的经营类型；
- ◆底商业态定位因素；
- ◆区域商业发展项目的位置对于底商定位成败的影响；
- ◆建筑物自身因素底商关系；
- ◆底商和上层住宅关系分析；
- ◆如何解决底商和上层住宅的关系。
- ◆商业街空间的限定和功能的划分。
- ◆住宅区商业与主题商圈有何不同；
- ◆如何进行住宅区商业业态规划与定位；
- ◆国际知名品牌店为什么不考虑住宅区吗？他们都在想什么
- ◆有那些主力店及品牌店会选择到住宅区经营？
- ◆住宅区商业建筑物影响；
- ◆住宅区商业街的主要特征；
- ◆住宅区特色商业街；
- ◆住宅区商业街在我国发展的必要性；
- ◆住宅区商业多功能于一身；
- ◆为什么有住宅区商业街的生存空间呢；
- ◆住宅区商业街城市的名片吗；
- ◆住宅区商业街具有魅力；
- ◆我们应该如何着手去建好一条住宅区商业街呢？
- ◆住宅区商业恰当的定位；
- ◆住宅商业街市场定位成功；

- ◆大型社区商业营运管理规范；
- ◆大型社区商业物业服务管理。

### ■学习案例

- ◇案例导入>如何实现品牌商家与商业地产的对接？目前住宅区商业存在的问题是什么
- ◇案例分析>社区商业项目成功运营方式
- ◇学习考试测验