

## 《商业地产营销策划招商谈判技能管理技能》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

房地产企业要想在日益激烈的市场竞争中占有一席之地，必须了解市场，熟知市场，实施重心前移的市场定位。这时，国内不少房地产企业，尤其是从事地产代理的企业，纷纷投入人力、物力，进行房地产营销策划问题研究。

目前全国大中城市相继展开房地产市场营销大战，群雄逐鹿品牌，使市场营销策划观念不断地融入到企业的经营方针中，实施前营销战略更成为诸多房地产开发企业打造自己品牌的势在必行之事。

### 核心内容一、什么是招商策划

一个好的招商策划，对改善招商过程的内部管理，也能发挥积极的作用。招商策划的过程，是发现问题、寻找对策的过程，在这一过程中，招商活动的目标、战略、策略、途径、方法、计划等都会被一一列出来，这些对加强和改善招商过程的内部管理是很有帮助的。

商业地产招商是当今经济一体化趋势日益加强的形势下广泛运用的一种经济交往方式，需要跨学科、跨专业的专业学问。

- 1、招商策划的含义
- 2、招商策划要有准确的目标定位
- 3、招商策划要有战略高度，综观全局，立足长远
- 4、招商策划要知己知彼，把握优势
- 5、招商策划要突破成规，另辟蹊径
- 6、招商策划要把握时机，适度超前
- 7、招商策划是招商活动的指南与纲领。
8. 招商策划为招商活动提供了新思路、新方法。
9. 招商策划能够提高招商竞争力。
10. 招商策划能够改善招商管理

#### ■案例分析

### 核心内容二：商业地产营销策划

- 问题 1、为什么说房地产营销策划的重要环节？
- 问题 2、为什么房地产企业得发展要从长远战略
- 问题 3、前营销策划工作的误区与问题
- 问题 4、重后期推销 轻前期营销，本末倒置
- 问题 5、信大师点子，轻楼房营销，主次失衡
- 问题 6、依赖经验立项目 缺乏规范科学分析
- 问题 7、如何做好前营销，打造地产品牌？
- 问题 8、做好前营销要花大功夫

问题 9、商业地产营销时我们需要关注的误区是什么？

- ◆商业地产先租后卖，租得好就会卖得好
- ◆商业地产返租是最有效的促销手段
- ◆商业地产带租约销售，大租户与小业主之间容易产生铺位划分麻烦
- ◆主力商户进驻是商业地产的招牌
- ◆商业地产商铺全部销售了，商业地产就会成功了吗？
- ◆只要做好物业管理，就可以不要商业管理吗？
- ◆商业地产只注意地段优势，而忽视定位设计可以吗？

### ■案例分析

## 核心内容三：商业地产招商谈判技巧

通常，我们在一般谈判时都会想到要讲究一些原则技巧。在买卖双方达成一笔买卖交易时，通常我们会看到，双方都会竭尽全力维护自己的报价。通常的谈判也最容易将谈判的焦点集中在价格上。

商业活动中，大家都遵循这样的谈判原则与技巧，往往会使谈判陷入一种误区。我们从实践中得到的教训却是，这种谈判方式有时最后谈判各方会不欢而散，甚至会破坏了双方今后的进一步合作机会。因此，我们在这里就提出一个谈判要达到什么目的和遵循什么标准的问题。从商务角度来看，谈判应使得双方都得到商务发展的机会。

- 1、为什么谈判要达成一个明智的协议？
- 2、为什么谈判的方式必须是有效率的？
- 3、为什么谈判要应该可以改进或至少不会伤害谈判各方的关系？
- 4、什么是商业地产项目商业招商技巧？
- 5、商业项目招商的过程中要注意的都有哪些问题？
- 6、商业地产招商要点是什么？
- 7、商业地产招商人员为什么要必须正确认识自己招商的目的？
- 8、商业地产招商人员为什么必须对本地区商业状况和项目的情况了如指掌？
- 9、商业地产招商人员为什么必须必须认清自己项目的缺点、招商政策、政府优惠政策等情况，如项目是否具有资源、政策、管理、环境、交通、规模等方面的优势，是否存在经营观念落后，政策扶持不力，软硬招商环境不理想等问题，有哪些优惠政策等要熟练掌握？
- 10、商业地产招商人员为什么必须认识商户？
- 11、为什么说谈判方法比资源更重要
- 12、什么是商业地寻求共同点？

### ■案例分析

## 核心内容四：商业地产招商渠道选择

商业地产为什么必需选择有效的招商渠道，这有这样可以使项目达到快速、成本低的效果

1. 为什么商业地产招商要利用新闻和大众媒体进行招商？
2. 为什么商业地产要利用招商活动来进行招商？
3. 通过专业人员进行招商问题在哪里？

4. 通过中介机构或各类商会进行招商？
5. 怎样去通过互联网进行招商？

### ■案例分析

## 核心内容五：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

### ■案例分析

## 核心内容六、招商策划的核心——招商计划

- 1、制定招商计划
- 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