

房地产楼盘外销市场的拓展与管理

讲师：李豪

课程简介：随着房地产市场竞争的激烈，越来越多的楼盘将目光盯上了外地市场和客户源。楼盘外销必须具备一定的条件和基础，同时要对外地市场和客户充分研究和制定相应的营销策略。外销楼盘多数采用分销商制，对分销商的管理尤为重要，发挥他们当地资源和能力，同时又对开发商不造成不利影响。本课程就楼盘如何有效外销和分销商管理展开学习和案例分享。

课程时间：2天

课程对象：房地产企业总经理、营销主要管理人员；营销总监、销售经理、策划经理、销售主管、外地拓展经理等

课程大纲：

1 楼盘外销模式与方法

1.1 当前形势之下楼盘外销要求

- 1.1.1 楼盘所在城市政策条件
- 1.1.2 楼盘类型要求与自身条件
- 1.1.3 城市级别与认同度

1.2 楼盘外销模式

- 1.2.1 全面外销型
- 1.2.2 补充型外销
- 1.2.3 分类外销型
- 1.2.4 自然外销型

1.3 楼盘外销方法

- 1.3.1 分销代理
- 1.3.2 设点外销
- 1.3.3 自营外销

- 1.3.4 楼盘合作外销
 - 1.3.5 非专业渠道外销
 - 1.4 楼盘外销风险与成本评估
 - 1.4.1 成功外销楼盘案例
 - 1.4.2 失败外销楼盘案例
- 2 楼盘外销市场研究与确定
 - 2.1 外销市场研究
 - 2.1.1 当地房地产市场基础研究
 - 2.1.2 当地客户房产购买习惯和动机研究
 - 2.1.3 竞品项目研究
 - 2.2 外销市场确定
 - 2.2.1 市场接受度与容量估算
 - 2.2.2 价格与产品测试
 - 2.2.3 营销投入与产出评估
 - 2.2.4 外销模式选择评估
- 3 楼盘外销市场推广与营销策略
 - 3.1 外销市场营销目标制定与计划
 - 3.2 营销策略制定
 - 3.2.1 整体营销策略制定
 - 3.2.2 推广策略
 - 3.2.3 项目传播策略
 - 3.2.4 产品优化策略
 - 3.2.5 价格策略
 - 3.2.6 促销策略
 - 3.3 传播策略与管理
 - 3.3.1 传播策略和原则
 - 3.3.2 传播渠道选择与合作
 - 3.3.3 传播计划与预算
 - 3.3.4 传播效果评估

3.4 销售计划制定与实施

3.4.1 吸引客户计划

3.4.2 客源发掘与拓客计划

3.4.3 促销计划

3.4.4 客户服务与维护计划

3.5 品牌推介会（产品说明会）组织与实施

3.5.1 会议整体计划

3.5.2 客户邀约计划

3.5.3 合作开发计划

3.5.4 会议流程与组织

3.5.5 会上确认客户源与会后跟进计划

4 楼盘外销市场分销管理

4.1 分销商合作要点

4.1.1 双方债权债务的界定

4.1.2 双方工作内容确定与流程

4.2 分销商日常工作沟通与管理

4.3 分销商销售工作推进管理

4.4 客户接待费用控制与管理

4.5 客户回款管理