

房地产企业全员营销

讲师：李豪

课程简介：房地产企业全员营销，并非“全员卖房”也非全员管理营销，而让非营销职能和部门，以营销为中心，市场和客户为导向。从市场和客户出发，以营销结果为目标，整合房地产企业各类资源，实现客户价值最大化，达到房地产企业最佳营销成果。

课程时间：2天

课程对象：房地产集团和项目公司中高管、业务职能部门、房地产企业全员

课程收益：

- 1、正确认识和理解房地产企业全员营销，以及全员营销的作用和核心要素；
- 2、学习和掌握房地产营销全过程，和成功的房地产营销的关键要素的组成；
- 3、学习和掌握非营销职能和部门，如何有效推动营销工作和成果；
- 4、学习和掌握如何构建房地产企业全员营销体系，以及实施方案；
- 5、了解和学习什么是房地产企业创新营销，以及现代房地产创新营销的主要方向。

课程大纲：

- 1 认识全员营销
 - 1.1 正确理解全员营销
 - 1.2 全员营销意义与作用
 - 1.3 全员营销的核心要素
- 2 房地产营销的特点
 - 2.1 房地产营销本质
 - 2.2 房地产营销全过程
 - 2.3 房地产营销五个职能

- 2.4 成功营销的八要素
- 3 非营销部门对营销的推动
 - 3.1 开发模式对营销的推动
 - 3.2 设计对营销的推动作用
 - 3.3 成本对营销的推动作用
 - 3.4 品质对营销的推动作用
 - 3.5 资金对营销的推动作用
 - 3.6 服务对营销的推动作用
 - 3.7 人才对营销的推动作用
- 4 全员营销体系的构建与实施
 - 4.1 构建全员营销理念与文化
 - 4.2 构建以客户价值为导向的开发模式
 - 4.3 全员营销两类体系模式
 - 4.3.1 项目开发全程营销导向体系
 - 4.3.2 TCS 全面客户服务体系
 - 4.4 构建全员营销体系的五要素
 - 4.5 全员营销的实施
 - 4.5.1 目标、结果导向制度
 - 4.5.2 全员意识提升与学习
 - 4.5.3 组织与业务模式的改造
 - 4.5.3.1 模块化矩阵式组织结构
 - 4.5.3.2 管控模式的构建
 - 4.5.3.3 开发流程的优化
 - 4.5.3.4 标准化体系建设
 - 4.5.4 竞争机制的引入
- 5 房地产创新营销
 - 5.1 认识创新营销
 - 5.2 房地产创新营销的特点
 - 5.3 房地产六大创新营销

5.3.1 理念创新

5.3.2 科技创新

5.3.3 技术创新

5.3.4 产品创新

5.3.5 模式创新

5.3.6 渠道创新