

# 新形势之下的房地产营销管理

讲师：李豪

**课程简介：**2015年房地产市场营销形势依然严峻，“去存量、拼速度”是2015年各房地产企业和项目主要营销工作。本课程就2015年新形势之下如何实现有效的房地产营销管理和销售管理，运用大量最新案例进行分析和营销模式创新的学习。

**课程时间：**2天

**课程对象：**房地产企业高管、项目公司高管、营销策划人员、销售管理人员等

**课程收益：**

- 1、学习新形势之下房地产全程管理节点性的目标设定与如何实现开发即营销的开发理念；
- 2、重点学习和掌握“价格和产品”控制是最有效的销售和利润实现的营销工具；
- 3、学习新形势之下如何组织和运用“人海”战术，即低成本又实现销售目标；
- 4、重点学习和掌握客户渠道建设重要性以及如何拓展各类客户渠道。

**课程大纲：**

- 1 房地产营销前期与全程管理
  - 1.1 以客户为导向的营销与开发模式
    - 1.1.1 确立营销目标与营销模式
    - 1.1.2 开发前意向客户与目标客户需求分析
    - 1.1.3 为客户设计产品
    - 1.1.4 实现订单式地产营销模式
  - 1.2 房地产全程营销管理
    - 1.2.1 开盘前营销工作与推广模式
    - 1.2.2 开盘中的营销管理
    - 1.2.3 强销中实现销售目标

#### 1.2.4 持续销售中实现波浪式的销售节奏

### 1.3 房地产营销时机开析与入市策略

#### 1.3.1 五个维度分析与评估营销时机

#### 1.3.2 三种入市策略的应用

案例：万科以客户为导向开发模式、2014年12月济南中海如何实现日销售40亿、恒大与碧桂园标准化营销管理

## 2 房地产产品定价策略与销控管理

### 2.1 新形势之下的定价策略

#### 2.1.1 三种有效的低开高走策略

#### 2.1.2 确立市场敏感度价格指数

#### 2.1.3 开盘低价与销售中降价风险控制

### 2.2 产品销售控制管理

#### 2.2.1 销售控制三控法

#### 2.2.2 产品线梳理和利润率分析

#### 2.2.3 确立产品的盈亏平衡点和现金流回正时间节点

#### 2.2.4 牛市与熊市的销售控制策略

#### 2.2.5 不同产品线的控制比例

#### 2.2.6 住宅、商业和写字楼不同业态产品销控模式

#### 2.2.7 前期销控失利时，五种有效补救措施

案例：万科、碧桂园、恒大的价格策略

## 3 新形势下的营销团队建设与管理

### 3.1 新形势下营销团队分工与组建特点

### 3.2 营销团队职能明确与细分

### 3.3 营销团队激励与PK模式

### 3.4 营销人员招聘与培训

### 3.5 营销团队考核与管理

### 3.6 编外经纪人三种组建方法

案例：碧桂园的营销团队组建模式，万科全民经纪人模式

## 4 客户拓展与渠道建设管理

- 4.1 碧桂园客户拓展九大工具
- 4.2 新形势下房地产营销渠道双创模式
- 4.3 互联网渠道构建模式
- 4.4 人脉资源渠道组建
- 4.5 圈层渠道拓展与维护
- 4.6 大客户渠道拓展与维护