

---

# 《房地产互联网思维与营销革新》

## 【目标学员】

房地产企业董事长、总经理、CEO 等企业决策层

房地产企业的市场总监、企划总监、营销总监等企业中层管理者

## 【标准课时】

两天(可根据具体情况和学员构成，拆分为一天或半天的课程)

## 【授课形式】

讲师授课+案例分析+分组研讨

## 【课程模块】

### 趋势与思维篇：

互联网与社交媒体时代的发展历程

“互联网+”的发展方向：人人互联网、物物互联网、业业互联网

房地产企业的新媒体营销团队建设

传统行业互联网化的三个阶段

房地产 O2O 模式的发展趋势与典型应用案例

移动互联网的基本特征：去中心化、去媒体化、去中介化

地产企业的大数据营销之道

案例分析：营销型路由器如何在房产售楼中心大放异彩？

案例分析：CitizenM 与 Vitra 的反向 O2O 营销

案例分析：颐德公馆——华丽电子楼书演绎定制级豪宅形态

案例分析：富力盈通大厦巨型二维码霸气卖楼

---

案例分析：地产公司如何做社区 O2O 平台？

房地产与 C2B 模式

房地产企业家必须学习的互联网思维的核心与精髓

如何用互联网思维去重构房地产行业？

粉丝经济时代：创新为本，内容为王

移动互联网对传统企业营销模式的六大革新

社会化媒体时代的电子商务与网络营销新趋势：微信、微博与微视频

房地产企业如何在移动互联网时代做自媒体运营

“互联网+”时代的大趋势：O2O、C2B、大数据、物联网与新技术

85 后、90 后人群的典型特征定义

房地产企业如何进行网络营销布局？

房地产新媒体营销与新技术应用

房地产新媒体营销必修课：如何制造用户参与感？

营销实战：如何将“二维码”打造成房地产企业的营销利器？

营销实战：如何用 LBS 功能实现房地产微信公众账号的粉丝的快速增加？

### **房地产微营销实战篇：**

房地产企业做微营销的四大痛点以及破解之法

房地产微信营销与微博营销的不同

微信连接一切之“智能房产计划”

地产公司做微营销必须具备的八大思维

微信营销实战案例深度解析：10 条微信换来 3000 万的背后的秘密

---

如何用微信平台重构地产行业？

传统地产行业如何用微信服务号打造极致的用户体验感？

房地产微营销：如何打造个人号与公众号的营销矩阵

楼盘二维码究竟应该如何设计地个性化？

移动互联网营销法则：四步营销法

如何提升微信公众账号的图文转化率？

微信营销十八式

房地产企业的微信公众平台实操战术

订阅号与服务号的区别

房地产企业的微信公众账号推广十大招式

微信公众号的深度开发策略：内容为王+体验至上

房地产微信服务号优秀案例分享：升龙天汇

社会化媒体时代的电商模式转型：中心化电商与非中心化电商模式

极致化粉丝管理技巧：如何让你的用户成为你的免费传播者和信任代理人

C2C 模式、B2B 模式、B2C 模式、C2B 模式深度分析

全网整合营销的四大趋势

房地产网络营销实战兵器谱

如何利用新媒体平台开展房地产行业的全员营销和全民营销？

案例分析：颐德公馆——华丽微楼书演绎定制级豪宅形态

案例分析：纳帕溪谷亿万红包大派送

案例分析：地铁变身时尚秀场 保利塞纳维拉出位营销

案例分析：江山大名城如何用悬疑营销钓足全城人的胃口？

案例分析：合肥万科之“包大人”微视频病毒营销

---

案例分析：济南万象新天的“房的”营销事件