

《“互联网”时代-标杆房企闪电拓客及跨界营销解密与落地转化执行系统》

培训对象：

销售经理、策划经理、营销总监、营销副总等。

课程收益：

- 1、教会你从（团队组建 培训考核 激励机制 高效管控 互联网思维 落地指导），六个维度全面、系统打造高效拓客团队。让你带着问题来，带着系统走。
- 2、为房地产营销插上互联网思维的翅膀。
- 2、打造高效、自运转、无管理的营销组织。
- 3、低成本、高效的直效式营销取代烧钱且低效的品牌营销。
- 4、万达、万科、碧桂园、中海、恒大、绿城、融创、世茂、绿地、佳兆业，十大地产名企营销案例深度解密！
- 5、十大拓客系统，20大拓客手段。全面、深入、系统、落地，拿去就用。让来访客户接连不停、销售业绩翻倍增涨。
- 6、国内首创房地产营销导图，让学习者通过一张图读懂营销的核心。它是销售人员赚钱的“寻宝图”，让你看到别人看不到的财富。
- 7、国内首度披露，最震撼的颠覆式创新的四大房地产营销模式！你简直不敢相信，房地产或进入免费时代！

课程大纲：

第一模块 互联网时代的房地产营销变革

一、我们处在“我毁灭你，与你无关的时代！”

二、互联网时代带来的改变

三、标杆房企触网

1.万科：行业大佬率先触网

2.碧桂园：全面触“网”“电商”革命

?售楼部搬上淘宝 九龙湾发起众筹 牵手电商大腕京东

?“微游戏”促销 全民营销升级：“凤凰通”搜索引擎巨头百度合作

四、互联网思维下的房地产营销变革

1、营销方式变革 2、沟通方式变革

3、客户定义变革 4、销售时空变革

【案例】

房地产 众筹 互联网思维

第二模块 超级拓客团队顶层设计

一、拓客团队组建

1、营销组织架构设计

互联网思维下组织结构四要素

企业平台化、组织扁平化、网络化、无边界

2、营销组织编制设计要点

时间节点、销售目标、推售数量、产品线

【案例】

1) 互联网巨头打造内部平台型组织：腾讯、阿里巴巴、海尔

2) 海尔“人单合一”管理模式：企业平台化 员工创客化 用户个性化

3) 阿米巴经营模式：培养内部企业家

4) 韩都衣舍以产品小组制为核心的单品全程运营体系：人人都是经营

5) 绿城项目营销人员配置标准

6) 地产名企优秀项目组织结构：中海、融创、碧桂园、恒大地产。

3、拓客团队招募与任用

1) 用人原则 2) 任命原则 3) 招人渠道 4) 人员标准

5) 挖角对象 6) 招人最佳策略 7) 吸引营销精英关键因素 8) 用人观

【案例】

海尔集团人才生态圈

二、拓客营销团队培训

1、培训体系 2、培训形式 3、培训考核方式

三、拓客团队激励机制

1、马斯洛需求层次理论 2、双因素激励理论 3、硬性激励手段

4、软性激励手段 5、特效激励手段 6、不同层级激励方式

7、常用激励手段 8、终极激励机制

【案例】

1) 海尔全面报酬激励体系

2) 阿米巴全面薪酬体系

四、拓客团队考核机制

1、考核体系 2、考核指标 3、考核工具 4、考核处理后办法

【案例】

碧桂园地产项目营销团队绩效考核制度

五、拓客目标管理与行动计划

1、目标管理 smart 原则 2、目标管理步骤 3、执行力定江山

4、目标设定原则 5、时间节点目标 6、分渠道目标 7、分产品线目标

【案例】

空港家园?阿米巴拓客执行方案

六、拓客团队管控机制

管控内容

1 人员管理、2 物料管控、3 资料管控、4 数据管控、5 部门沟通、

【案例】

万达文化旅游城项目营销管控

七、拓客团队高效管理机制

1、内部代理机制 2、内部代理机制规则 3、PK 对赌机制

4、竞拍机制 5、竞拍考核标准 6、吞并机制

7、三预机制 8、全员服务保障机制 9、阿米巴拓客管理模式设计

【案例】

1) 海尔集团管理模式借鉴

2) 中海地产华山珑城项目营销解密

第三模块 天网拓客落地系统

一、房地产直效营销导图

1. 精准定位

2. 多管引流

3. 贡献价值

4. 催眠成交

5. 优化关系

6.终身价值

二、客户地图编制

- 1.客户地图编制目的
- 2.客户地图五大属性
- 3.客户地图八大依据
- 4.客户地图编制要点
- 5.客户地图编制要求

三、全员营销

- 1.全员营销定义
- 2.全员营销六个方面

【案例】

?全员营销服务理念应用

?全员营销角色理念应用

3.全员营销管理体系

- 1)战略高度
- 2)企业文化
- 3)组织结构
- 4)管理制度
- 5)激励机制
- 6)指标体系
- 7)执行计划