

逆势狂销冠军特训营

---互联网思维下的天网拓客系统

第一章 颠覆的世界

一、我们处在“我毁灭你，与你无关的时代！”

案例：

360 杀毒免费 VS 瑞星杀毒收费

微信 VS 联通移动

余额宝 VS 银行

二、互联网时代带来的改变

1、改变人的生活方式

2、改变企业价值创造方式

三、标杆房企触网

碧桂园：全面触“网”“电商”革命

1)售楼部搬上淘宝

2)九龙湾发起众筹

3)牵手电商大腕京东

4)“微游戏”促销

5)全民营销升级：“凤凰通”

6)搜索引擎巨头百度合作

案例：房地产+众筹+互联网思维

第二章 销售冠军必知的互联网思维

- 1、什么是互联网思维？
- 2、互联网思维的本质。
- 3、互联网思维的独孤九剑。
- 4、互联网思维误区。
- 5、移动互联网思维。
- 6、移动互联网思维十大法则

第三章 互联网思维下地产营销顶层设计

一、互联网思维下地产企业文化变革

一个没有文化的企业，就像没有灵魂的人。

企业文化新定义

案例：万科、阿里巴巴、华为的企业文化。

二、互联网思维下地产企业组织变革

1、组织结构四要素

平台化、扁平化、网络化、无边界

2、传统企业组织架构优劣势分析

3、组织结构变革趋势

案例

1、地产名企优秀项目营销组织架构

1) 中海地产营销部组织结构

2) 融创地产营销部组织结构

3) 碧桂园地产营销部组织结构

4) 恒大地产营销部组织结构

- 2、空港家园·阿米巴拓客实战案例分析
- 3、海尔"人单合一"管理模式 人人都是 CEO
- 4、阿米巴经营模式 培养内部企业家
- 5、韩都衣舍经营模式研究与借鉴 人人都是经营者

三、互联网思维下地产企业人力变革

- 1、企业招人原则
- 2、互联网时代用人原则

四 互联网思维下地产企业激励机制

- 1、全面报酬激励体系

案例：阿米巴全面薪酬体系分析

- 2、自主经营的分配机制
- 3、个人激励系统设计

案例：海尔“人单酬”激励体系借鉴

互动讨论：

房地产营销激励机制思考？

五 互联网思维下地产企业管控机制

- 1、三预机制
- 2、竞拍机制
- 3、PK 对赌机制
- 4、自动淘汰机制
- 5、拓客管理模式设计

6、后台保障机制

案例：海尔集团管理模式借鉴

六 互联网思维下地产企业营销变革

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：中海地产华山珑城项目研究

第三章:网拓客落地系统

一、客户地图制作

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

二、全员营销

1、全员营销定义

2、全员营销六个方面

案例：

1、全员营销服务理念应用

2、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

案例：

1、永泰地产全员营销案例分析

2、碧桂园营销解密

三、关系营销

1、关系分类

2、管理机制

3、激励机制

4、2235拓客法

第三节、圈层营销

1、操作策略

2、操作原则

3、实施步骤

案例：世茂领袖定制家宴 世茂业主生日宴

第四节、渠道营销

一、渠道营销分类：

1、中介联动

- 1) 注意事项
- 2) 细化客户接待流程

2、分销机构

- 1)、分销商操作要点
- 2)、 分销策略制定
- 3)、 分销商管控培训
- 4)、 分销商-到访量考核

案例：好屋中国、房多多模式简析

3、电话 CALL 客

- 1)、CALL 客准备
- 3)、 Call 客计划安排
- 4)、 培训与考核
- 6)、 管控
- 7)、 奖惩机制

5、外展场

- 1) 外展点操作要点
- 2) 外展点管理

派单

- 1) 派单拓客目标制定

2) 派单拓客计划分解

3) 管控制度

4) 考核机制

5) 薪资激励机制

6) 物料管理

案例：佳兆业广场舞拓客案例解析

第五节 大客户营销

1、执行步骤

2、大客户团购标准动作要点

案例

万达文化旅游城营销拓展操作手册

第六节 联盟营销

1、联盟营销条件

2、联盟营销实施步骤

案例

恒大地产营销解码

第七节 跨界营销

1、跨界营销条件

2、跨界营销实施步骤

3、跨界营销分类

案例：

1、世茂房地产跨国销售

2、红星美凯龙高尔夫平台资源链

3、星河湾的跨界模式

第八节 电商营销

1、传统媒介电商

2、渠道电商

3、平台电商

4、电台电商

5、电视电视

案例：永泰地产电台销售案例解析

第九节 全民营销

1、全民营销五要素

2、全民营销三模式

3、全民营销系统

1) 系统平台

2) 目标计划

3) 人员配置

4) 叛客标准

5) 执行流程

6) 管理制度

7) 佣金标准

8) 激励机制

9) 客户服务

案例：

1、绿城全民经纪人模式

2、碧桂园全民营销微信平台凤凰通

3、万科万客通全民营销平台

第十节 老客户营销

1、老客户分类

2、老客户维护目的

3、意向客户维护

4、业主维护

第十一节 跨界颠覆的创新销售模式

1、卖销售权变为卖使用权，并且获得更多利润的销售模式。

2、房子免费使用，锁定客户终身的销售模式。

4、客户购房不花钱反而赚钱的销售模式。

5、购房款全返销售模式。