

房地产创新营销策划模式

一、市场定位、客户细分与产品价值

- 1、定位——基于客户细分的产品定位流程
- 2、市场和产品定位要解决的基本核心问题
- 3、市场定位的核心
- 4、市场细分的含义

二、房地产营销流程规划与关键点突破创新

- 1、市场调研
- 2、概念定位
- 3、规划设计
- 4、营销推广策略
- 5、现场执行管控
- 6、售后跟进

三、房地产项目四力营销突破术修炼

- 1、房地产营销的四力布局
- 2、房地产营销产品力策略
- 3、房地产营销形象力策略
- 4、房地产营销销售力策略
- 5、房地产营销控制力策略

四、房地产定价及其评估的方法及工具

- 1、房地产市场价格构成
- 2、从三种价值看房地产的价值与价格关系--科学定价的依据；
- 3、从区域市场的普市价值判断产品价格空间--价格区间的确立方法；
- 4、从主要竞争对手引发的价值争夺--价格雷区的布置与规避

五、创新营销之——体验式营销的概念与应用

- 1、体验式营销的内涵：关注消费者的感官、情感、思考、行动等
- 2、与传统营销的区别：以消费者为中心
- 3、体验式营销对开发商的意义：品牌形象塑造与认知
- 4、体验式营销对消费者的影响：吸引、震撼、参与
- 5、体验式营销客户群定位
- 6、体验式营销在实际操作中的运用
- 7、项目现场体验式营销氛围营造
- A、现场包装：包括围墙、售楼部以及楼梯本身
- B、产品展示区设置
- C、样板园林和样板房的启用
- D、结合楼盘定位的各种活动
- 8、客户联谊会（答谢酒会等）

六、创新营销之——产品信息的高效传递策划

- 1、项目命名
- 2、项目的形象定位——VI和永久标识
- 3、VI和关联图案的应用

4、现场包装：围板、路旗 5、销售接待中心展示策略 6、销售接待中心的功能

7、样板间的预算？ 8、形象主题画面、主题语 9、广告的差异话策略

10、在持续销售阶段如何抓住利好进行宣传 11、电视广告制作

12、如何同广告公司进行有效的沟通 13、媒介和媒介策略

14、楼书 15、礼品 16、口碑营销 17、展览 18、产品发布会

七、创新营销策略之——多渠道营销策划

1、网络营销 2、线下营销 3、博客营销

4、高级营销——豪宅的营销 5、活动或事件营销 6、数据库

营销

八、项目营销本质探讨

1、如何提升销售力？

2、来访量和转化率的提升

九、现场答疑互动