

房地产项目定位与全程营销策划

讲师：李豪

课程简介：在房地产新环境下，对市场、环境、客户研究分析尤为重要，这是打造符合市场需求的产品重要工作。除了对市场、环境和客户的深入研究和分析，创新的营销方法也是赢得市场重要的手段和方法。本课程就如何分析、定位产品和市场，以及创新营销展开案例式的讨论和讲解。

课程时间：2天

课程对象：房地产企业高管、项目公司高管、房地产各级营销人员等

课程收益：

- 1、掌握房地产项目如何一步步从不同方向研究和分析市场，以及需要掌握和了解哪些有效信息和数据；
- 2、重点掌握市场定位的方法、模型以及定位的原则；
- 3、学习和掌握如何低成本和有效利用媒体传播渠道和资源；
- 4、学习和掌握房地产营销如何创新，以及如何创新的。

课程大纲：

- 1 房地产项目可行性分析
 - 1.1 可行性分析所包含内容、结构和流程
 - 1.2 宏观环境分析
 - 1.3 项目背景调研分析
 - 1.4 城市（区域）市场现状研究
 - 1.5 地块环境、建筑开发条件调研分析
 - 1.6 项目投资估算和资金筹措
 - 1.7 可行性研究财务数据的选定和预测
 - 1.7.1 项目销售收入的测算
 - 1.7.2 项目经营管理费用收入与支出测算

- 1.7.3 经营税费及所得税的缴交测算
 - 1.7.4 土地增值税
 - 1.7.5 所得税
 - 1.8 项目盈亏能力分析
 - 1.8.1 内部收益率 (IRR)
 - 1.8.2 净现值 (NPV)
 - 1.8.3 净现值率 (NPVR)
- 2 房地产项目定位策略分析
 - 2.1 房地产市场分析定位流程与要点
 - 2.1.1 以土地为定位流程
 - 2.1.2 以市场细分为定位流程
 - 2.2 项目前期策划定位的基本结构
 - 2.3 房地产项目开发必须关注的指标
 - 2.4 竞争环境研究
 - 2.4.1 六大竞争环境分析
 - 2.4.2 竞品研究主要方向和要点
 - 2.5 市场定位标准模型
 - 2.5.1 定位标准模型的 4 个阶段和 16 个报告
- 3 项目市场细分与定位
 - 3.1 客户需求在项目前、中、后期分析要点
 - 3.2 市场常规五大类客户分析
 - 3.3 细分市场的原则与方法
 - 3.3.1 客户定性与定量研究
 - 3.3.2 确定细分市场
 - 3.3.3 细分市场容量研究
 - 3.3.4 细分市场特征与动机研究
 - 3.3.5 细分市场供求关系研究
 - 3.3.6 细分渠道研究
 - 3.4 市场定位

- 3.4.1 房地产八大市场定位方法
 - 3.5 项目主题打造
 - 3.5.1 项目主题特点与作用
 - 3.5.2 项目主题策划
- 4 项目营销策略计划与传播策略
 - 4.1 项目竞争优势分析
 - 4.2 项目价值提炼与打造
 - 4.2.1 房地产项目价值的三个层面八个方面
 - 4.2.2 项目价值打造与包装
 - 4.3 营销策略制定
 - 4.3.1 项目整体营销策略制定
 - 4.3.2 项目价值与价格策略
 - 4.3.3 项目入市策略与开发时序
 - 4.3.4 项目阶段性策略
 - 4.3.5 项目包装策略
 - 4.3.6 项目推广策略
 - 4.4 项目传播策略
 - 4.4.1 目标市场的策略
 - 4.4.2 市场定位策略
 - 4.4.3 传播诉求策略
 - 4.4.4 传播表现策略
 - 4.4.5 传播媒介策略
 - 4.4.6 事件营销与公益营销策划
- 5 项目全案报告方案策划
 - 5.1 项目全案内容结构与核心要点
 - 5.2 全案数据收集、来源以及数据与结论的逻辑关系
 - 5.3 住宅报告的核心要素：
 - 5.3.1 客户群分析
 - 5.3.2 户型建议与总价控制

5.3.3 卖点与配套

5.3.4 推销节奏与价格趋势

5.4 商业报告的核心要素：

5.4.1 项目主题

5.4.2 商业群客与商业运营模式

5.4.3 招商与商态分析

5.4.4 商业趋势与互联网结合

5.5 产业地产报告的核心要素：

5.5.1 产业分析与研究

5.5.2 政府产业导向与政府政策

5.5.3 行业企业现状与招商模式

5.5.4 物业类型与收益方式

5.6 让开发商心动全案报告四个价值要素