

房地产推广策划与包装

主讲：李豪

课程简介：

本课程以案例和模拟互动的方式，将房地产营销策划中两大重要工具——广告与营销活动作为课程重点，通过本课程学习，以提升房地产营销人员对房地产项目推广、文案与项目整体包装能力

课程对像：

房地产开发商：项目经理、营销总监、营销策划人员、案场经理、销售人员

房地产营销机构：总经理、营销总监、策划人员

课程时间：2天/12小时

课程大纲：

- 1 房地产全程推广策划
 - 1.1 房地产全程推广策划各阶段的重点
 - 1.2 确立各阶段的推广主题与推广渠道
 - 1.3 各种推广方式的配合
 - 1.4 项目推广的注重要点与风险控制
- 2 项目整体VI设计
 - 2.1 项目全套VI内容
 - 2.2 项目定位、卖点与VI的关系
 - 2.3 客户特点与VI关系
- 3 房地产广告与文案策划与实施
 - 3.1 策划的前期工作
 - 3.1.1 房地产项目核心竞争力的提炼与策划
 - 3.1.2 目标客户群体定位与需求提炼
 - 3.2 房地产广告主题策划

- 3.2.1 确立项目各阶段的广告主题
 - 3.2.2 各阶段的媒体的选择
 - 3.3 广告文案策划
 - 3.3.1 好的文字六大要点
 - 3.3.2 如何激发文案的创意
 - 3.3.3 文案 5 步法
 - 3.3.4 文案的常用 5 种标题
 - 3.3.5 抓住卖点的文案创意
 - 3.3.6 撰写广告标题十三条经验
 - 3.3.7 各类媒体文案特点
 - 3.4 影视广告策划
 - 3.4.1 影视广告五种形式
 - 3.4.2 视频广告创意四要求
 - 3.4.3 电影广告策划三个重点
 - 3.5 优秀平面策划
 - 3.5.1 八种平面表现形式
- 4 项目售楼处和示范区包装
 - 4.1 售楼处的五大感观营销手法
 - 4.2 售楼处的整体包装
 - 4.2.1 售楼中心建筑物
 - 4.2.2 看房通道与车停车场
 - 4.2.3 门头、落地字与精神堡垒
 - 4.2.4 售楼中心布局
 - 4.2.5 沙盘模型、户型、工法展示区
 - 4.2.6 区位图、楼书与户型图
 - 4.2.7 客户谈判区域、VIP 室以及各区域
 - 4.3 示范区包装
 - 4.3.1 内外部园林景观与环境
 - 4.3.2 样板间

4.3.3 物业服务

4.3.4 其他客户服务区域