
《商业地产的营销策划和招商解决方案》

一、课程培训的目的

通过对商业地产前期规划设计和后期营销、招商阶段的相关问题进行的专业层面上的培训，使参加培训的人员能够对商业地产的开发运营过程中相关阶段的工作要点、注意事项、工作思路有一定的认识 and 了解，便于开发商在产品定位、客户定位和宣传定位更加准确，规划设计更加合理，营销及招商工作更加顺利。提高工作效率、降低投资风险、带来预期的收益。

通过培训，将使参加培训者了解以下相关问题。

学会商业项目定位，整体科学、调查分析的方法；了解商业地产项目规划与设计的方法；知晓商业地产营销与创新策划的趋势；认识商业地产项目经营管理要素；学会编写商业地产招商策划及招商计划实施；团队的管理者还应综合性的从定位、性能、完善、提升、管理等角度认识商业地产的开发、招商和运营。

二、培训目标

结合案例，经过对房地产策划、营销和商业招商的相关知识、案例和技巧的培训与学习，掌握相关房地产项目的操盘策略和环节控制方法，了解项目运作过程中的工作体系和经营、管理考核流程，了解目前较为先进的房地产项目经营理念，提升相关岗位人员的专业水准与综合能力，提高实际工作过程中的解决问题实际工作能力。

三、培训课程的主要内容大纲

培训课程将分为横向和纵向两个体系，其中横向体系中，将对房地产项目中工业、商业等不同项目的基本特点进行说明，同时对商业地产体系中涉及的主要概念进行阐述和解释；在纵向体系中，将按照项目的开发周期为主轴，按照时间及开发节点对项目在全过程中的主要工作进行解读和说明。

第一部分 不同类型地产的比较和商业地产的相关概念

- 1、居住地产、商业地产和工业地产的概念及比较
- 2、商业地产中涉及的主要概念解析

第二部分 项目的策划体系

- 1、房地产策划的定义、分类及目的：

主要包括房地产策划的定义、房地产分类和要求、房地产策划对项目的作用等内容

- 2、一般房地产策划流程

包括房地产策划的主要工作内容、房地产策划的流程和节点等内容

- 3、项目策划报告的内容

对市场进行的研究、需求市场分析、供应市场分析、结论的分析和整合、相关分析方法的使用：swot 分析等

4、房地产项目的市场调研

包括市场调研的内容、市场调研的方法和步骤、市场调研数据的整理等

5、房地产项目的综合定位

包括项目的产品定位方法、项目的客户定位方法、项目的宣传定位方法等内容

6、项目的定价策略

包括房地产项目的定价方法、项目价格的制定、项目的价格策略等内容

7、营销策划常见的失败因素分析和解决

第三部分 项目的销售体系

1、营销人员应具备的素质

包括相关人员的基本要求、如何成为一名合格的销售人员等内容

2、销售计划的制定

包括整体计划的制定和阶段性计划的制定、销控表的制作等内容

3、营销推广策略的制定及市场推广

包括项目卖点的挖掘和策划、媒体选择、各期的推广策略和活动营销、网络营销等手段的运用等内容

4、项目销售的现场管理

包括销售道具的准备、现场的布置和管理、样板间和现场的接待管理等内容

5、营销人员的团队管理和激励

包括人员的培训、考核和晋升、奖惩规则的制定和营销过程中相关问题的处理等内容

6 相关的销售技巧解读

第四部分 商业地产的时间工作轴

1、商业地产的生命周期设定

包括商业地产的项目前期定位、规划设计、招商推广和招商执行、后期经营和物业管理等方面的内容

2、项目前期定位阶段

包括项目前期定位阶段应当考虑的问题、盈利模式、如何进行前期的商业定位及商业规划的误区等内容

3、项目规划设计阶段

主要包括商业项目在规划设计阶段应当注意和考虑的问题、不同业态商业的选址条件说明等内容

4、商业地产的招商阶段

包括招商的模式选择、招商的团队建立和招商推广方式等方面的内容

5、商业地产的日常经营阶段

包括一般商业的经营和管理、租赁客户的管理、物业管理的内容和要求等方面的内容

以上各部分内容均穿插有不同项目的操作案例，在部分环节将给予听众相对详细的细节解读，并可根据公司的项目情况进行互动。同时，以上内容或将根据企业的要求进行适当调整和完善，我们力图通过次系列培训，为企业解决实际的经营问题。