

房地产开发全程策划与营销培训大纲（基础篇）

【授课对象】 营销与策划初级人员、房企开发售前与售后客服人员、相关营销与策划关联部门人员等

【课程特色】

- 理论联系实际，情景互动，案例丰富，感染力强，即学即用。
- 本课程全国，如上海、成都、重庆、济南、青岛、武汉、西安、杭州、苏州等大中型城市巡回培训，数家企业学员近千，久经考验，极其成熟，而且反响热烈，极受好评。

【课程时间】 1天

【课程讲师】 庞静

【课程内容】

一、房地产策划与营销基本认识

【说在前面】 人人生来都是冠军！

（一）重新认识房市——熟悉的环境，陌生的市场

1. 房地产市场营销的八大特征

2. 重新认识房市——熟悉的环境，陌生的市场

◆供求变了

◆政策变了

◆价量变了

◆关系变了

你的营销手段、技巧变了吗？

二、房地产营销人员观念的更新——思路决定出路

【资料】 中国楼市回顾

1. 中国房地产营销路径回顾

2. 房地产营销基本观念分析

3. “寒冬期”的房地产销售必须树立 8 大观念

【观点互动】 “寒冬期”房地产营销观念的思考

4. 宏观调控下的房地产市场

新政，调控，春天还远吗？

行业，企业，到底谁是赢家？

中小开发商的前景和出路

三、房地产全程营销策划精要

(一) “寒冬期”房地产营销的四大特点

1. 市场表现
2. 顾客心理
3. 营销手段
4. 企业心态

(二) 逆势营销如何“逆”——中国房地产市场“望、闻、问、切”

1. “望”——中国房地产营销阶段回顾：

中国房地产策划发展轨迹：

2. “闻”——中国房地产如何在做营销？

目前中国房地产营销的操作路径：

3. “问”——中国房地产营销八问

4. “切”——目前中国房地产营销四大顽症与六大误区

(三) “寒冬期”中国房地产企业的“过冬”选择

“寒冬期”中国房地产企业的营销总对策

四、地产类型策划精要

1. 住宅地产策划特点
2. 商业地产策划特点

五、中国房地产逆势营销之策划精要解析

(一) 策划目标——项目前期策划的四大目标：

(二) 策划原则——地产策划八大原则

地产营销策划必须实现“四个整合”：

(三) 策划陷阱——如何绕过房地产策划陷阱

【提示】 房地产营销十大陷阱

(四) 营销与策划过程——地产项目策划四个阶段、八大步骤

【知识总揽】 前期策划总体流程

1. 地产项目策划四个阶段

(1) 可行性研究阶段

【工具】项目可行性报告主要内容

(2) 项目研究

(3) 项目规划 (策划)

(4) 销售推广

六、房地产策划的八个阶段

1. 市场分析

市场调研主要内容一览表

2. 地块研究

一般认为的影响房地产营销的八大要素

3. 项目解析

4. 概念设计

(规划概念设计、建筑概念设计、环境概念设计、艺术概念设计)

5. 产品策划

6. 形象包装 (项目 VI、品牌形象、楼盘包装、现场外观)

7. 营销推广的要领与策略

A 线上推广：广告营销、活动营销

B 线下推广：网络营销、论坛营销、人海营销

8. 物业服务

七、房地产营销策划之重点提示

(一) 需求分析

【提醒】购房者心理预期变化左右房价走势

【知识总揽】影响顾客对楼盘需求的因素

户型分析

竞争分析

风险分析

(二) 项目定位

1. 项目定位的必经流程：

2. 项目定位操作

目标消费群定位	产品定位	区域板块定位
品牌形象定位	价格定位	价格策略定位
营销主题定位	差异化定位	开发理念定位

社区风格定位

(三) 方案规划

【范例】深圳万科地产项目全程策划流程&龙湖规范性管理

【范例】知名地产公司项目策划解析

【提示】房地产前期规划流程总揽

八、房地产活动营销

- 1、活动营销的根本
- 2、房地产“活动营销”的策略
- 3、“活动营销”的基本分类
- 4、“活动”策略设计的关键

经典案例（一）名人明星类：

经典案例（二）人文风情类：

经典案例（三）体验营销类：

经典案例（四）事件营销类：

经典案例（五）公关营销类：

经典案例（六）公益营销类：

经典案例（七）事件营销类：

九、课中穿插经典案例分享