

《房地产全程营销策划与销售实战技能强力提升

学习对象

房企管理人员/销售人员/策划人员/营销人员/品牌管理人员

课时安排 1-2 天

课程目标

通过本课程学习，你将达成如下目标：

1. 了解中国房地产市场发展路径与发展前景，认识中国房地产营销观念及逆势期地产营销方略
2. 拓宽房地产策划的思维，提高审美角度的新认识，掌握房地产营销策划的实战技能与操作要领
3. 掌握房地产品牌营销观念、手段与策略，为企业核心竞争力的打造提供品牌武器
4. 从误区排解入手，通过讲解分析、归纳演绎、误区点评、案例研讨全面提升房地产策划全面能力

课程定位：提高型培训（非入门型培训）

课程特色：

根据需求设计课程内容，专家讲解，案例分析，情景模拟，问题讨论，游戏互动，实战实效！

课程大纲：

【前言】我们必须学习

房地产市场进入“寒冬期”……

市场时刻在变，客户更难伺候

你可以拒绝学习，但你的对手不会。给你犹豫的时间并不多

学习型社会、学习型组织建设中，人人必须学会学习，不会学习只会被淘汰

【破冰之旅】一分钟演讲

话题选用（抽签）

第一讲 房地产营销策划人员专业素养——炼就房企职场超人

【提示】房地产营销策划人员成功四大要素

【准则】做事先做人的 OCP 法则

（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）更新房地产销售观念——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、策划、销售观念的思考

第二讲 房地产全程营销策划精要

一、把脉“寒冬期”的中国房地产市场

(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

四大顽症：

六大误区（“六重六轻”）：

(三) “寒冬期”中国房地产企业的“过冬”选择

【建议】

“寒冬期”中国房地产企业的营销总对策

二、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

三、中国房地产逆势营销之策划精要解析

【提示】

(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

第三讲：房地产策划的技能提升

一、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、活动策划案例

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

8. 物业服务

二、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

(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

(四) 经典策划案例分析