

房企营销策划管控体系建设与营销管理和创新培训

课程形式： - 讲授 - 启发式、互动式教学 - 小组讨论 - 案例分析

课时：1-2天（2天为佳，1天将根据客户情况酌情删减）

通过本课程的学习，您将获得如下收益：

- 1、建立公司全员参与项目销售意识,在原有基础上继续深化和引导大家的全员营销意识；
- 2、帮助学员人事如何建设地产项目营销策划管控体系建设与流程管理、案场管理及渠道代理商等管理。
- 3、了解现今房地产销售环境,掌握如何启发并把握客户需求,引导学员主动去寻找身边的资源并有效建立销售渠道及管理，掌握客户网络营销手段和朋友圈等社群营销的拓展，大数据营销的认识。

课纲:

第一部分 全员营销体系及流程建设与全过程营销管理中的重要管控

- 一、 深化全员全过程营销参与意识
 - 一) 全程、系统的项目营销体系及流程建设
 - 1、营销的理想境界
 - 2、营销计划的制定
 - 二) 营销全程运作结合案例分析——基于关键点的项目和产品定位的前期操作
 - 1、 如何进行创新高效的营销推广手法——树立项目品牌形象
 - 2、 酵母客户的产生
- 二、 全员如何运用房地产全过程体验式营销促动客户需求
 - 一) 体验式营销的目的
 - 二) 体验式营销四大“体验”
 - 三) 客户体验管理—客户接触点
 - 四) 典型案例分析--展示区关键场景标准化
 - 五) 如何建立房地产全过程体验营销模式

第二部分 销售渠道与拓客创新

- 一、 网络营销手段如何有效的在房地产销售中运用(如何建立网络营销渠道)
 - 一) 什么是网络营销？
 - 二) 网络营销包含哪些？

网络广告、论坛营销（社区营销、贴吧营销）、博客营销、口碑营销、病毒营销、精准营销、饥饿营销、借力营销、网络品牌营销、整合营销、网络公关（危机公关）、新闻营销、软文营销、电子邮件营销（EDM）、视频营销等。
 - 三) 如何有效运用互联网营销工具
 - 1、互联网营销全方位工具：手机网站、微信、微博、QQ、O2O、业主论

坛；

2、微信营销

微信营销八大功能

微信营销六大优势

个人如何建立微信平台

建微信平台四个注意要点

六种有效快速加粉方法

四位一体维持粉量模式

五种有效转化客户的手段

如何构建微信全民经纪人平台

3、大数据应用

二、如何拓展“朋友圈”，建立亲朋好友的客户开拓网络

一) 朋友圈营销手段

1、线上全民营销

微信运用、个人微信公众号和公司微信公众号结合，等

2、线下全民营销

日常销售意识营造、朋友网络运用、各类活动与会议的运用等等

二) 线上拓展朋友圈的方法

1、如何在网络上给客户留下美好和信任的第一印象？

2、如何开门见山有效的开场白

三) 线下朋友圈拓客的方法与技巧

1、列举名单并分析

2、邀约技巧

3、总结邀约不来的原因

4、推荐项目的技巧

5、有效跟进

第三部分 营销团队管理、案场及代理商管控

一、营销团队系统规划

1、销售队伍现存问题及原因分析

2、有效的系统规划

二、如何对营销团队成员进行合理的遴选

1、如何根据坑的数量找“萝卜”避免资源浪费

2、如何用“工作小时计量法”测算销售队伍人数

3、如何选择有“慧根”的人 - 找到优良的种子

总结：为客户而不是为我们自己打造合适的销售执行人。

三、销售系统建设与案场管理

售楼中心导示

售楼处的功能分区

售楼处的氛围营造

售楼处的装修风格

看楼通道的布置

专业化服务

样板房的装修风格 样板房的装饰手法 样板房的服务管理
销控表的使用

四、制定计划必要的市场状况分析

- 1、市场的宏观经济状况
- 2、正确的市场容量计算方法市场容量与空间计算方法

五、分析你的主要竞争对手

- 1、竞争对手分析/市场占有率/销售额品牌知名度/铺货率/尝试率
- 2、主要竞争对手的市场策略分析
- 3、目标市场•价格•产品•促销•渠道
- 4、主要竞争对手的市场状况分析
- 5、销售区域分布•广告•媒体状况•销售人员素质•客户服务质量

六、进行前期业绩及策略检讨，发现问题

- 1、前期业绩及策略检讨，发现问题所在
- 2、是否找到业绩未达到的真正原因？
- 3、克服问题的能力或可能性
- 4、是否明确知道各产品所处的市场地位？
- 5、决策层是否存在效率问题？

七、营销团队及组织内的销售人员管控

- 1、组合一流团队，让团队能够“成形”
- 2、如何降伏营销团队中的“野马”与“妖魔员工”
- 3、控制销售人员日常活动的管理表格的设计
- 4、如何通过报表发现团队销售人员工作中的问题
- 5、如何加强对优秀营销团队成员的管理
- 6、如何让自己的命令更有效
- 7、如何消除营销团队发展过程中产生的“多种矛盾” - 全程案例解析