

《新时期房地产策划的创新模式》

课程背景：

房企全面进入超速发展时代，至少 60 家企业提出要冲刺 1000 亿，在以销售为核心、渠道为增量的时代，房地产策划应该如何应对时代发展和企业所需？

土地价格日益攀高，严峻考验着房企的运营能力，卖出溢价是每一个职业经理人面临的难题，除了产品价值的锻造之外，作为策划人，如何在策略、推广层面创造项目价值？

新形势之下，房地产调控常态化的时代背景下，策划人应该通过什么样的创新思维，从战略层面思考项目的未来？

人人都在喊“策划已死”，这个课程就是要告诉大家：策划不但没有死，相反，还在承担重要的作用！

适应人群：

房地产营销总监、策划总监、策划经理、渠道总监、渠道经理，以及每一位想从战略层面思考项目运营的房地产从业人员。

课程特色：

拒绝理论 强调实操 干货为先 案例满满 新型手法 生动讲析 内功为上 招数为下

课程目录：

总纲 颠覆传统策划

- 1、新时代策划人的转型
- 2、新时代下房地产策划思路
- 3、策划工作内功的修炼心法

第一部分 策划手法“豪宅化”

- 1、豪宅策略：战略高度决定项目高度
- 2、价值构建：豪宅价值体系的构建和输出
- 3、自创圈层：让自己成为圈层
- 4、推广战术：豪宅化元素的运用
- 5、自媒营销：自媒体细节的包装和信息输出
- 6、细节为王：活动营销、家宴营销的策划细节

第二部分 策划手法“整合化”

- 1、品牌联盟：实现资源互换的最佳战术
- 2、社群营销：线下资源的精准整合
- 3、活动营销：资源最大化的活动策略
- 4、资源嫁接：让项目起死回生的大策略
- 5、跨界营销：资源、新型媒体的运用

第三部分 策划手法“创新化”

- 1、借力打力：找到客群、降低费效比
- 2、数据营销：商家海量数据库与房地产的嫁接
- 3、微信推广：善于利用自媒的力量
- 4、创新细节：各类物料的创新设计
- 5、营销环境：氛围营造的新型手法
- 6、广告投放：深度剖析客群喜好
- 7、活动造势：四两拨千斤的策划思维

第四部分 策划手法“渠道化”

- 1、客户地图：客户地图的绘制和跟进
- 2、拓客工具：兵马未动粮草先行
- 3、线上拓客：媒体就是渠道
- 4、社区接触：更加接近购房者
- 5、中介联动：维护中介考验策划功底
- 6、资源合作：策划的撒网式渠道战略
- 7、暖场活动：暖场活动也可以产生销售