

《标杆房企业绩跨越式增长基因解码及快速去库存实战解析》

课程背景：

专家说，中国已经进入了后地产时代，市场需求逐渐走向相对平衡，利润率不断下降，精细化程度日益提升，所以，房地产传统营销模式必须进行变革，谋求与新时期元素、“新常态”市场特征相结合的新模式，重构营销环节价值链；若继续沿用砸广告、蓄客、拓客、杀客的套路将会在房地产营销的路上越来越步履蹒跚。如何在“新常态”下变革升级营销模式，如何以创新思维寻求新千亿业绩的风口？

2016年前5个月房地产榜单已经揭晓，万科以1440多亿的成绩继续领跑，全年直奔3000亿；碧桂园以949亿的业绩首度进入前三名，今年创历史新高已经没有问题。一连串的数据显示白银时代不缺赚钱效应，新常态下依旧演绎强者恒强的逻辑。数字背后留下的是一连串的思考：标杆房企跨越式的业绩增长是如何形成的？支撑这种增长的背后动因是什么？成功的关键因素是什么？标杆房企的内在基因是什么？究竟要向标杆房企学什么？本次培训由前碧桂园营销学院院长朱晓波从分析标杆房企入手，解码标杆房企的顶层设计、创造性提出业绩持续增长的背后逻辑是业务链、人才链、文化链的打造，提出新常态下拉动业绩依靠的业务链、人才链、文化链这三驾马车的无缝对接和完美结合，同时分享了20招标杆房企去库存实战。营销人，7月末我们在西安的中房商学院大讲堂等你！

课程对象：

房地产企业董事长、总经理、副总经理、营销总监、策划总监、销售经理、地产策划及销售人员等。

课程大纲：

第一部分：标杆房企跨越式增长基因解码

一、强者恒强的背后逻辑：2016年前5个月榜单分析及启示

1. 2016年房产前5月榜单分析
2. 万科为何一骑绝尘
3. 碧桂园业绩大涨的密码
4. 恒大海花岛破纪录究竟说明了什么

二、新常态下拉动业绩的三驾马车：业务链、人才链、文化链

1. 打造标准化业务链是实现高效运营和多项目管控的最有效途径
2. 人才链条是所有业务实施的保障，人才的招募和培养的定位是满足和超越业务需求。
3. 文化链是业务链和人才链的润滑剂，是企业持续增长的关键。
4. 案例分享：标杆房企是如何实现业务链、人才链、文化链的完美结合。

三、业务链打造

1. 围绕标准化去打造业务链，标准化意味着规范化、执行力。
2. 标准化包括从拿地、定位、工程、设计、运营、营销、物业等全过程。
3. 业务标准化的几个要素：阶段、任务、时间节点、责任部门、输出
4. 案例分享：龙湖项目开发标准工序及工期。
5. 从营销标准化看标准业务链的打造

6. 营销标准化构建的步骤及关键环节

7. 案例分享：万科、碧桂园的营销标准化体系

8. 业务链监控体系的构建

四、人才链打造

1. 以业务链实施和业绩目标达成为核心的人才体系构建

2. 互联网+时代人才的四大核心能力：用户导向、数据分析、品牌推广、自媒体运营。

3. 新常态下的招聘策略：岗位标准、渠道策略、胜任能力分析。

4. 人才盘点和梯队建设：人才矩阵图及关键岗位的1+1备份

5. 人才培养体系：基于核心能力认证的人才培养体系的构建

6. 案例分享：如何打造自有营销团队

7. 案例分享：碧桂园如何培养销售冠军

8. 人才激励：万科的合伙人制度和恒大的销售佣金管理制度。

五、文化链

1. 文化不仅是对内，更是对外。对内是激励，对外是品牌

2. 案例分析：从万科愿景使命的变化看万科的文化建设

3. 如何通过文化引擎打造有执行力的团队

4. 案例分享：如何通过竞争机制、淘汰机制营造营销文化

6. 如何利用自媒体进行文化传播的。

7. 案例分析：恒大是如何通过品牌文化吸收粉丝的。

六、综合案例：恒大海花岛：业务、人才、文化完美结合下的营销奇迹

第二部分：标杆房企快速去库存营销策略实战

第一篇：产品配套篇

- 1、产品改造、转型带动批量去化。
- 2、新货带动旧货，形成联动销售
- 3、打造专业圈层活动场地 增强意向客户粘性
- 4、提升服务品质、升级交通配套

第二篇：推广篇：

- 1、深挖核心卖点，梳理项目优势，打造一句关键推广语。
- 2、寻找概念，事件营销，为项目造势。
- 3、关注竞品市场，推陈出“新”，及时调整项目、板房、景观说辞、抗性说辞、竞品说辞、政策引导说辞；
- 4、从传统媒体向自媒体，充分发挥自媒体功能。

第三篇：拓客篇

- 1、拟定拓客地图，渠道纵深，城乡结合，以外打内
- 2、矩阵式拓客铺排，拓客招式随机应变
- 3、专项拓展编外经纪人，发展特殊线下经纪人
- 4、掌握竞品客户资源，深挖老客户资源
- 5、启动全员营销，开发自有 APP 软件
- 6、找准客户需求，重视资源整合置换
- 7、精准圈层营销 挖掘客户资源
- 8、开拓电商渠道，引入分销体系

第四篇：资源对接篇

- 1、金融产品资源：解读目前最热门的金融产品

2、教育资源：导入优质幼儿园，学校资源，增加项目卖点

3、健康医疗资源

4、智慧社区资源

第五篇：价格篇

1、价格杠杆，分类促销

2、一口价试水

3、价格压力测试

第五篇：快速“去库存”之狼性团队打造

1、互联网+时代销售人员四大核心能力

1) 客户关怀

2) 自媒体运营

3) 品牌传播

4) 资源整合

2、销售冠军培养三部曲

1) 职业前景描绘

2) 销冠标杆学习

3) 市场销情研讨

3、项目操盘手四大关键能力提升培养

1) 项目经营

2) 推广策略

3) 拓客圈层

4) 人力战略

4、营销人员的淘汰与激励

- 1) “大吃小”“末位淘汰”的竞争机制
- 2) 管理佣金及奖金池的设定
- 3) 万科合伙人制度分享