

碧桂园营销创新管理实践：业务能力建设+人才梯队

课程对象

地产或相关行业中高管、营销管理人员、组织发展人员

课程目的：

Ø 对标顶级地产营销团队业务能力建设，建立自身强大的营销管理能力与营销人才体系；Ø 提升营销管理人员业务管理能力、做强面向市场竞争的营销能力、组织发展能力。

课程特点：

本课程授课讲师何老师曾任职碧桂园营销学院院长、总部职能部门总经理，亲历碧桂园营销从千亿走向三千亿的过程，视野聚焦于营销体系的优秀实践，在营销的定位、业务逻辑、组织能力建设、人才培养多个方面进行了深入挖掘，融合大量案例及策略打法，是地产营销行业顶尖的创新管理实践经验，分为两大篇章、八大问题展开，对企业建立优秀的营销管理体系、营销人才培养，做强做大组织能力，有极强的推动作用。

课程对象：

地产或相关行业中高管、营销管理人员、组织发展人员

组织收益：

Ø 对标顶级地产营销团队业务能力建设，建立自身强大的营销管理能力与营销人才体系；

Ø 提升营销管理人员业务管理能力、做强面向市场竞争的营销能力、组织发展能力。

课程时间：1天（6小时/天）

培训形式：课程讲授、案例分析、经验分享

课程纲要：

开篇案例：关于碧桂园的成长与启发

问题一：作为一家大型综合房企，碧桂园的自身特点是什么？

Ø 几个关键词：千亿房企、城镇化先行者、最高性价比、全价值链、互联网+、绿色生态

Ø 发展历程：脱胎于北溆碧江畔的传奇

Ø 业绩变化：十年来的业绩变化及发展

Ø 快速裂变：集团、区域、项目的裂变式发展

第一章：从业务能力到组织能力：解码营销能力的构建和打造

问题二：为什么这个营销团队被称为“铁血军团”+“御林军”

Ø 营销体系的展开和团队墙

Ø 八大工作理念

Ø 甲乙双方双重角色职责

Ø 军团式作战的 HR 调配

Ø 热销传奇：三个经典项目案例

问题三：业务能力打造上的关键点（四大王牌、创新销售模式、标准化运营）

- Ø 全程参与地产经营环节
- Ø 不断创新地产销售模式
- Ø 全营销体系标准化运营
- Ø 四大王牌营销能力系统

问题四：在产品能力打造上的关键点（全价值链、客户策略、海外战略）

- Ø 产品线创新之：全产品链覆盖
- Ø 产品线创新之：劳斯莱斯
- Ø 土地拓展的精准要求
- Ø 产品标准化要求
- Ø 供货要求
- Ø 海外产品战略（发展机遇分析及市场布局）

问题五：营销在组织能力打造上的关键点（从传统优势到裂变式挑战）

- Ø 传统组织能力优势及挑战
- Ø 组织设计的目标
- Ø 面对挑战的组织架构
- Ø 大区划分及三级管控
- Ø 营销中心主要板块及工作架构设计

问题六：对业绩的考核与激励的优秀实践（正负激励、价值双享）

- Ø 管理方式之人员优化
- Ø 管理方式之正负激励

Ø 积存去化激励政策：行政与经济手段

Ø 大区奖励机制及价值双享

第二章：得人才者得天下：解码人才策略和梯队建设

问题七：营销团队的人才挑战和培养逻辑是什么（一万亿的人才压力、人才的优化及选用机制）

Ø 一万亿的人才压力：中长跑理论、push 组织前进

Ø 大区直属团队的人才培养

海外“1+1”的组织管理设计

Ø 关键岗位人才的“供给侧”调整

Ø 识人：不同量级不同阶段的人才特质

Ø 用人：重应用的员工绩效管理

Ø 人员的优化及选用方式

问题八：营销团队的关键人才梯队建设项目（人才策略、精英培养、梯队建设）

Ø 人才策略创新之“buy+build”

Ø 人才供应链：将系列与鹰系列

Ø 精英人才的归属感及培养平台：销售精英俱乐部

Ø 关于“未来领袖”博士生培养计划

Ø 关于海外销售精英培养计划