

房地产营销管理沙盘模拟训练

讲师：李豪

模拟训练

“学理论不如学案例，学案例不如做案例”。通过实际案例操作和体验案例，可以增强学员学习的记忆、真实感，以及兴趣度。

房地产营销沙盘模拟训练是将房地产营销全过程，通过 2 - 3 天课程时间集中将营销策略、规划与组织管理所面临的大多数问题和困难一一显现，学员通过模拟演练，分析解决得到快速提升，达到培训和学习的效果。模拟训练的培训效果远远好于一般培训形式的效果，受到广大企业和学员的欢迎。

课程背景

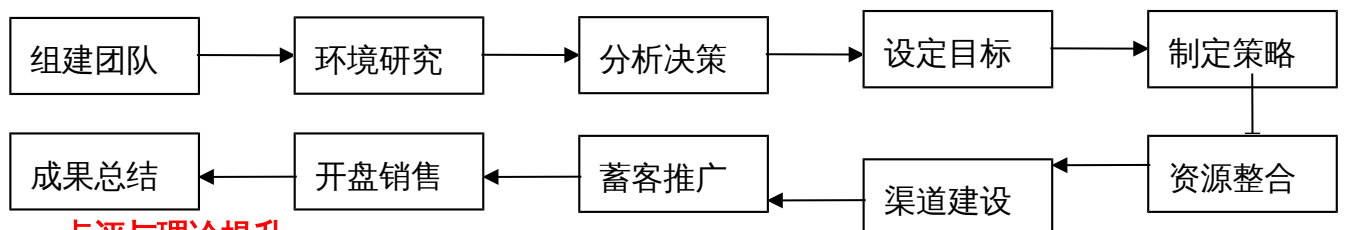
学员在 2015 年之后中国房地产市场负责多个房地产项目营销管理工作，共有几家规模较大的竞争对手，实力相当，产品类型相似，大家在一个市场上拼杀，过去一度辉煌，但预计未来并不乐观，营销难度面临艰巨的挑战。

行业严厉的调控，竞争对手强大；在销售人才、财力、物力资源有限情况之下，时间也非常紧迫，学员要通过达成销售预算目标。

本课程特点：

模拟营销团队整体营销策划、销售，提升项目营销策划定位能力、营销资源整合能力、营销推广能力、销售管理能力、多项目同时营销管理能力等。

模拟演练



点评与理论提升

- 培训师组织每个环节和案例的点评
- 引导大家发言
- 对学员的发言进行讨论
- 学员之间互动交流
- 培训师总结点评
- 培训师与学员以及学员之间进行再沟通和交流
- 就案例模拟演练过程出现的问题取得一致的结论
- 根据当期数据预测未来经营
- 通过知识点的学习将问题上升到理论高度

适合对象

房地企业营销总监、销售总监、销售经理、策划经理、销售主管

课程内容

- 1 市场分析与决策
 - 1.1 客户需求分析
 - 1.2 市场环境分析
 - 1.3 竞争格局分析
 - 1.4 营销策略制定与选择
- 2 销售目标的制定
 - 2.1 目标制定的原则与工具
 - 2.2 目标分解
 - 2.3 目标计划方案制定
 - 2.4 计划方案实施
- 3 销售资源的整合
 - 3.1 人力资源整合
 - 3.2 财力资源整合
 - 3.3 销售工具资源整合
 - 3.4 客户资源整合
 - 3.5 外部资源整合
 - 3.6 广告推广资源整合
- 4 销售渠道建设
 - 4.1 圈层渠道建设
 - 4.2 老客户渠道维护
 - 4.3 大客户渠道建设
 - 4.4 合作渠道建设
 - 4.5 新渠道拓展
- 5 互联网营销模式开拓
 - 5.1 众筹营销设计与实施
 - 5.2 微信营销策划与实施

5.3 O2O 营销模式策划与实施

6 销售团队建设

6.1 房地产销售团队的特质

6.2 销售团队选拔与招聘

6.3 销售团队训练与培养

6.4 销售团队激励与考核

6.5 内场团队提升

6.6 外场团队的管理

7 销售控制与管理

7.1 蓄客管理

7.2 销售现场管理与辅导

7.3 销售价格与量控制的基本原则

7.4 不同销售阶段的控制