

移动互联网之实战小区推广

主讲/盛斌子老师

一、 小区推广的目的

二、 小区操作流程

1. 确定主攻楼盘
2. 小区进驻方式的确定与执行
3. “高举高打+地面推广”的小区推广活动
4. 短信/电话营销跟踪
5. 邀约至展厅/展厅营销
6. 成交（订单的签订）
7. 回访、拍照，据此进行二次传播及营销
8.

三、 各种小区推广手段详解

1. 移动互联网端的精准推广
 - 1) 微信端的蓄客及破冰
 - 2) 业主论坛的水军策略
 - 3) QQ 群的整合营销
 - 4) 老顾客+微商+三层分销系统
 - 5) 其他：微博与百度关键字、SNS 等推广策略及落地技巧
 - 6) 竞争对手电话锁定
 - 7)
2. 高空轰炸
 - 1) 大型喷绘

- 2) 易拉宝；
- 3) 电梯广告；
- 4) 彩旗道旗；
- 5) 条幅横幅；
- 6) 业主手册
- 7)

3. 地面推广

- 1) 物业发资料
- 2) 短信群发和电话营销
- 3) 设摊
- 4) 样板房
- 5) 扫楼（面对面销售、厨房小贴士、门口插单页）
- 6) 会议营销
- 7)

4. 辅助手段

- 1) 楼层贴
- 2) 推拉小贴士；
- 3) 太阳伞；
- 4) 售楼推荐；
- 5) 门符；
- 6) 公益告示
- 7)

5. 特殊手段

- 1) 房产买赠

- 2) 工会公关
- 3) 老小区推广
- 4)

四、 小区推广工具箱

1. 工具一：《推广简报编撰格式》
2. 工具二：各种场地类型推广使用的物料设置
3. 工具三：《小区楼盘信息表》
4. 工具四：活动方式选择方法（参考）
5. 工具五：小区路演工作细化进度表
6. 工具六：团购的操作步骤及流程
7. 工具七：_____小区样板房推广协议

五、 小区推广标准话术

1. 小区入户话术：敲门（衣着整洁，面带微笑，给人安全感与正式拜访）
2. 现场咨询/产品应用方案话术：
3. 销售话术
4. 现场小游戏介绍及维护话术
5. 路演秀话术

——结束——