
房地产开发与经营全流程沙盘模拟

引言

- 新形势下，房地产行业告别“白银时代”进入“黑铁时代”，房地产企业的发展和转型必须适应这种新常态。
- 房地产行业告别粗放增长时代，回归企业经营本质是必然趋势，房地产企业原有管理底座发生变化，提升管理水平迫在眉睫。
- 在中国城镇化的快速推进中，刚需虽仍存在，但供求形势正在改变，市场出现分化，房地产企业如何遵循市场规律，找准定位，是摆在每一个房企面前的课题！

课程背景

企业沙盘模拟培训源自军事上的沙盘模拟推演。军事沙盘模拟推演通过红、蓝两军在沙盘上的对抗与较量，发现双方战略战术上存在的问题，提高指挥员的作战能力。欧、美知名商学院意识到这种方法同样适合企业对中、高层经理的培养和锻炼，随即对军事沙盘模拟推演进行广泛的借鉴与研究，最终开发出了企业沙盘实战模拟培训这一新型现代教学模式。目前，沙盘模拟培训已风靡全球，不仅是欧、美商学院 MBA 的核心课程之一，也是世界 500 强企业中高层管理人员提升经营管理能力的首选课程。

本培训课程专注于房地产经营管理的模拟演练，是专为房地产开发与经营企业量身打造的沙盘模拟培训课程。

本课程通过各虚拟房地产开发与经营公司在模拟现实的复杂环境中进行开发与竞争，模拟房地产项目的整个开发周期，从宏观环境分析、市场调查、可行性分析、土地竞买、产品定位与概念设计、投融资计划、项目经营管理、到市场竞争整个经营过程。通过对课程中的各个环节进行模拟训练，将明显提高企业管理人员的项目分析与决策能力，从而创造出现实中企业的综合竞争力。

课程特色

课程采用沙盘模拟实战演练的方式：每个班学员 36 人以内，每组 5-6 人，分别组建 6 家模拟的房地产开发与经营公司，各组成员分别担任总经理、设计总监、成本总监、财务总监、工程总监和营销总监。培训中学员要面对根据供需情况动态变化的市场，在 2-3 天的时间里从事二到四年的房地产项目全周期的开发经营活动，并且面临从单项目运营到多项目运营的考验。通过实战模拟，

培养受训学员对环境的适应能力及应变决策能力，提高学员的运营管理能力、团队协作能力、财务管理与分析能力以及统观全局的系统思考能力。

课程收益

- 掌握房地产开发和经营管理全过程以及关键节点；
- 直观感受房地产项目的资金流、物流、信息流和工作流；
- 培养统观全局和系统思考的能力；
- 学习房地产企业财务知识，学会使用财务思维指导企业经营实践；
- 理解房地产项目团队不同岗位角色，建立团队合作意识；
- 提高风险预测和管控能力；
- 使学员在游戏中感悟和探寻房地产项目开发管理本质和规律。

课程对象

房地产企业中、高层管理人员和后备基层管理人员等 24-42 人。

课程时间

2 天—3 天，7 小时/天。

授课方式

沙盘推演+角色扮演+情景模拟+小组讨论+电脑软件辅助+讲师点评讲解

课程大纲

一、房地产市场分析

1. 房地产市场环境分析

- 房地产市场宏观环境分析
- 区域状况分析
- 竞争者分析
- 消费者分析
- 项目成本分析
- 项目地块调查分析

2. 房地产市场细分

- 不同时期的房地产市场细分
- 不同标志的市场细分

-
- 基于新业态的房地产市场细分
 - 房地产目标市场选择
 - 房地产市场定位

3. 土地获得机会分析

- 土地资源的有限性
- 客户需求的多样性
- 土地与产品的匹配性

4. 项目可行性研究

- 项目论证的步骤
- 投入产出分析
- 经济上的合理性
- 技术上的先进性
- 建设条件的可行性

二、土地的取得

- 土地的价值估算
- 土地的选择
- 土地成本及费用
- 土地的取得途径

三、项目定位与策划

- 不同客户群的需求特征分析
- 土地用途与项目定位
- 市场需求与项目定位
- 以竞争为导向的项目定位

四、项目经济效益分析

1. 风险分析与风险控制

- 房地产项目风险
- 房地产市场竞争风险
- 房地产企业经营风险
- 房地产风险分析方法
- 房地产风险管控手段

2. 资金预算与成本控制

- 资金预算内容
- 房地产项目的主要成本项目
- 成本控制方法与手段
- 如何提高成本利润率？

3. 房地产融资与资金链管理

- 房地产项目常见的融资途径
- 资金链管理的方法和内容
- 如何提高资金利润率？

4. 财务分析与经济效益评价

- 项目核算及企业效益
- 经济效益评价的内容及主要方法
- 从杜邦分析解读房地产公司经营改善思路

五、企业经营管理与可持续发展

1. 房地产企业战略管理

- 房地产企业战略管理过程
- 房地产企业战略的特点
- 经济新常态下的房地产企业战略
- 基于房地产新业态的企业竞争战略

2. 房地产企业经营计划

- 房地产企业经营目标与计划
- 公司计划与项目计划
- 资源配置的计划管理

六、房地产销售

1. 市场营销组合策略

- 房地产营销的基本组合（4P）：产品策略、价格策略、促销策略、分销策略
- 从4P到4C（沟通、服务、便利、成本）——房地产营销的核心
- 与中国国情相匹配的大市场营销（6P）——政治权利与公共关系

2. 房地产市场竞争策略

- 差异化的市场竞争原理
- 基于不同房地产业态的竞争策略
- 基于不同房地产市场级别的竞争策略
- 迈克尔·波特的竞争理论在房地产市场竞争中的运用
- 经济新常态下，房地产市场竞争的新特征

演练流程

