

《物业招商的策划与运营》

授课对象：销售、招商人员

课程收益：内容丰富、详实、落地、提供工具与方法，提升学员的招商知识与技巧,协助企业顺利招商；掌握谈判技巧。

培训课时：一天

确保效果的培训方式

- 1 采取：理论讲解、提出问题—头脑风暴-分组 PK-老师专业点评-理论归纳-转变为学员的实操工具或流程。
- 2 整个培训包括案例分析、现场解答、团队竞争等形式，让学员在紧张、热烈、投入的状态中。讲授的观点简单实用，容易掌握记忆，学员可以系统地学习相关的理念、原则和方法，可以学完就用，而且用之有效。

课程内容：

第一章：招商的基础知识

一、招商的核心与逻辑

1. 招商的核心是成交，
2. 满足客户需求，
3. 价值交换。
4. 帮客户赚钱
5. 招商是双赢思维

6. 招商是合作开始

二、招商的主要步骤和流程，

1. 招商前的策划，
2. 客户与市场的定位
3. 目标市场
4. 商铺及项目的特色
5. 销售区域的选择，
6. 客户的选择，
7. 市场的分析，
8. 商铺或项目的组合
9. 招商政策的制定，
10. 招商手册的撰写，
11. 招商合作条约的制定定，
12. 招商话术和技巧，
13. 招商谈判。
14. 招生签约

三、招商人员需要具备的素质

1. 基本素质先行
2. 传统基本功要扎实
3. 移动互联网思维能力
4. 学习和创新能力
5. 团队建设能力

6. 个人品牌打造能力
7. 优质社交能力
8. 强势的领导能力

四、找出信息挖掘需求

(一、) 利用百度互联网指数分析

1. 多维度分析关键词热度及其变化
2. 百度指数概况分析
3. 百度指数热点趋势分析
4. 百度指数-需求分布分析

(二)、挖掘其它信息的途径

1. 其他网络平台数据分析
2. 政府网站分析获取信息
3. 上市公司年报分析获取信息
4. 专业调研公司报告
5. 行业报告
6. 商协会行业协会
7. 产业链分析

。 。 。 。

第二章：招商体系的搭建

一、招商团队的组建

1. 如何组建强有力的招商队伍
2. 招商团队的组织架构的建设

3. 要建立一个完善的招商组织体系

二、招商团队的培训

1. 企业内部的固定培训
2. 实战技巧模拟演练
3. 员工需求式的针对性培训

三、招商人员的管理制度

1. 招商人员基本职责
2. 招商人员管理制度
3. 招商人员表格工具

四、招商动员会怎么开

1. 动员会的仪式感
2. 干净利落的一小时会议
3. 参会的 PPT 极简主义
4. 会后的追踪系统

五、招商沟通的基本步骤

1. 步骤一：事前准备
2. 步骤二：确认需求
3. 步骤三：阐述观点
4. 步骤四：处理异议
5. 步骤五：达成目标
6. 步骤六：落地实施
7. PPT 制作的主要原则

- 1) 每片最好 6 ~ 8 行
- 2) 每行最好 6 ~ 8 个字
- 3) 合适美观的字体和字号
- 4) 美观的页面设计
- 5) 每片最好一个主题
- 6) 内容设计合理，有针对性
- 7) 工具：卖点提炼技巧

第三章：商场的规划与落位

一、业态项目定位

- 1、明确项目定位
- 2、业态组合及业态匹配
- 3、案例：某购物中心业态匹配表

□ 超市大卖场

□ 影院

□ 餐饮

□ 健身会所

□ 品牌店

□ 。 。 。

二、品牌落位定义

- 1 品牌落位要点
 - 2 品类规划—四项基本原则
- 唯一性原则

□ 丰富性原则

□ 关联性原则

□ 针对性原则

三、理清品牌商铺线-从商铺看项目定位

1 品牌间位置搭配-门当户对与豪门匹配

2 奢侈品品牌落位的搭配原则

3 品牌面积适宜-量体裁衣

4 租金承受能力-不同业态

四、品牌落位步骤：

1 商家摸底—知己知彼

2 商家库建立—兵马未动粮草先行

3 主力店落定—商场的基石

4 龙头品牌意向—牵一发而动全身

5 联发品牌落位—强强联手，合作共赢

6 高租品牌落位—爱你在心乐开怀

第四章：招商的营销与传播

一、意向客户的会议营销方法

1. 会议营销的准备前提

2. 实施的步骤和方法

3. 会场的重要细节

4. 营销总监新品上市发布会的发言要点

5. 流程具体内容

二、互联网平台的招商传播方法

1. 用分类广告吸引经销商
2. 给潜在客户发邀请函式的招商
3. 精心编辑制作宣传文图
4. 行业网络社群的招商
5. 媒体软文招商

三、玩转公众号招商传播

1. 增加粉丝，粉丝是基础
2. 推广的侵略：让二维码无处不在
3. 给受众一个扫码的理由
4. 优质文案 + 吸引人订阅的广告噱头
5. 员工推广，全员推进
6. 内容营销的有效应用

四、个人微信朋友圈的招商方法

1. 个人品牌打造的要点
2. 商铺卖点的提炼技术
3. 建立个人品牌圈层
4. 朋友圈的工整与规则
5. 交易记录的有效展示
6. 团队气氛的展示

第五章：招商的价格体系

一、价格的重要性及认知

1. 价格的本质是什么？
2. 价格在 4P 中的重要位置
 - 1) 商铺价格与渠道
 - 2) 商铺价格与品牌
 - 3) 商铺价格与销量
 - 4) 商铺价格与利润
 - 5) 商铺价格与规模
 - 6) 商铺价格与生命周期
3. 为什么说定价定生死
4. 了解定价的基本方法
5. 掌握定价策略的类型
6. 熟练掌握企业定价的策略和定价方法
7. 了解定价的一些辅助技巧
8. 影响顾客对价格敏感程度的因素

二、商品的定价方法

1. 成本导向定价法
2. 成本导向定价法的优点
3. 成本导向定价法的缺点
4. 需求导向定价法
5. 撇脂定价法
6. 需求差异定价法
7. 巧用数字定价法

8. 竞争导向定价法

9. 其他定价方法

1) 招徕定价法

2) 捆绑定价法