

# 房地产快销模式下的案场精细化管理模式

讲师：李豪

## 【课程简介】

随着国家“房住不炒”等房地产控制政策出台，房地产销售又将面临巨大的压力。

房地产项目的案场（售楼中心）管理，实际上就是房地产营销和服务管理，它

包括了项目市场信息管理与分析、客户开拓与管理、置业顾问与工作人员管理，

以及开盘、交房等一系列与房地产营销和服务有关的工作。同时也是房地产营

销的全过程管理的重要场地，管理好案场销售就成功了一半。

## 【课程时间】 2 天

## 【课程收益】

- 1、学习和掌握售楼中心作用、功能以及相关的基本规范和管理制度
- 2、掌握房地产的基本销售流程以及精细化管理，和客户体验流程
- 3、掌握有效的房地产销售管理的工具、技能和过程
- 4、掌握有效客户开拓的技巧，以及客户跟进、维护、服务的管理技能
- 5、学习和掌握营销团队的选拔、培训、激励和考核等管理技能和方法
- 6、学习和掌握客户服务和现场销售中客户问题的处理。

## 【培训对象】

房地产集团营销管理人员、项目公司中高层管理人员、营销总监、销售经理、销售主管、置业顾问等

## 【课程大纲】

- 1 超强人气案场的打造
  - 1.1 人气案场四大核心要素
  - 1.2 不同档次案例布置的特点
  - 1.3 四位一体的案场体验打造
  - 1.4 案例体验的十大要素
  - 1.5 让产品体验与服务体验赢得客户
  - 1.6 让客户为项目免费传播
  - 1.7 案场档位不足的补救方案
  - 1.8 增加案场人气的实用六法
- 2 项目从预热到清盘的营销节点控制
  - 2.1 项目启动前全体深度理解和认知项目
  - 2.2 竞品研究和应对策略策划

- 2.3 项目营销节点与计划铺排
- 2.4 各点节目标与目标分解
- 2.5 启动阶段市场引爆与全面营销
- 2.6 开盘节点选择与开盘一战成名
- 2.7 持续销售阶段和二、三开节节高开高走
- 2.8 尾盘阶段的价格策略与销控策略
- 2.9 清盘阶段的销售方案与价值提升
- 3 全方位渠道拓展的组织与管控
  - 3.1 项目全过程的渠道与拓展计划
  - 3.2 自销渠道的组建与管控
  - 3.3 系统化老带新和泛营销方案
  - 3.4 圈层营销的组织
    - 3.4.1 定义项目圈层营销
    - 3.4.2 抓住明星业主、合作单位和部门的关键人物
    - 3.4.3 大型圈层活动提升形象
    - 3.4.4 中型圈层活动吸目标客户
    - 3.4.5 小型圈层活动卖货

### 3.5 大客户定义与大客户营销策略

#### 3.5.1 项目不同阶段的大客户作用

#### 3.5.2 获得大客户六法

#### 3.5.3 大客户促成合作的四法

### 3.6 拓客团队的管控

#### 3.6.1 拓客团队招募

#### 3.6.2 拓客团队日常六大工作

#### 3.6.3 拓客团队绩效管理

#### 3.6.4 拓客数据管理与分析

#### 3.6.5 客户认定与业绩认定

## 4 客户从寻售楼处到回家的一路逼定

### 4.1 客户从寻售楼处到离开的八大客户触点管理

### 4.2 客户到访抗性消除四法

### 4.3 客户接待流程设计与十二步客户接待法

### 4.4 产品介绍与产品体验深度挖掘客户需求与动机

### 4.5 客户接待全过程管理与记录

### 4.6 客户有效跟踪六法

#### 4.7 邀约客户二次、三次到访四法

### 5 客户管理与客户分析

#### 5.1 成交到访客户分析与分类管理

#### 5.2 客户分类管理四个标准

#### 5.3 客户盘点与客户接待复盘

#### 5.4 客户抗性分析与客户应对策略

#### 5.5 客户跟进方法与跟进效果管理

#### 5.6 成交客户跟进服务管理

#### 5.7 成交客户维护管理

#### 5.8 成交客户发展成为经纪人

### 6 团队建设与超级冠销打造

#### 6.1 营销团队组织结构与分工

#### 6.2 团队成员招聘三个条件

#### 6.3 将招聘销售当作是营销手法

#### 6.4 团队培训组织与日常化训练

##### 6.4.1 S-OJT 训练方法

#### 6.5 超级冠销的人才发掘

6.6 超级冠销销售理论建立

6.7 超级冠销的行动力培养

6.8 超级冠销的有效激励措施