

2023 疫情后的房地产营销破局 与全渠道营销

讲师：李豪

课程简介：本课程主要针对疫情后的房地产营销困局与难点，运用渠道营销和创新营销手段，实现营销突破。以及如何做深做透营销渠道，如何利用有效的营销资源，是三、四线城市房地产企业去库存有力营销模式和方向。尤其是营销渠道建设好、管理好、使用好，一定成为三、四线城市项目营销中核心竞争力。同时学习如何有效去化豪宅、商铺、车位的营销模式。

课程时间：2天

课程对象：房地产企业高管、普通管理人员、营销策划人员、销售管理人员、渠道经理等

课程收益：

- 1、认识和分析新市场环境下的房地产去化难点；
- 2、重点学习和掌握项目去化破冰与破局有效策略与模式；
- 3、重点学习和掌握房地产全渠道营销和全方位拓客模式；

4、学习和掌握豪宅、车位、商铺等产品库存去化的模式。

课程大纲：

1 疫情后的房地产去化难点与破局

1.1 新市场环境下的房地产去化难点

1.1.1 产品规划与定位因素

1.1.2 营销管理因素

1.1.3 营销时机把握不到位因素

1.1.4 市场容量因素

1.2 项目去化破冰与破局

1.2.1 五类常见的滞销项目

1.2.2 项目去化难点与市场分析

1.2.3 项目破冰的六步法

1.2.4 破去化八大冰点

1.2.4.1 破传播无力冰

1.2.4.2 破竞品拦截冰

1.2.4.3 破到访不足冰

1.2.4.4 破费用算少冰

1.2.4.5 破活动无果冰

1.2.4.6 破团队无力冰

1.2.4.7 破资源不足冰

1.2.4.8 破价格不认冰

1.2.5 项目价值重新梳理

1.2.6 项目新爆点营销

1.2.7 突破区域市场容量限制项目破局法

1.3 新市场环境下六大营销策略

1.3.1 产品值重塑策略

1.3.2 服务价值提升策略

1.3.3 活动与优惠策略

1.3.4 口碑传播策略

1.3.5 新媒体营销策略

1.3.6 全方位渠道拓展策略

2 项目破冰与破局的新营销模式

2.1 大数据营销

2.2 IP与网红盘营销

2.3 移动视频与新媒体营销

2.4 逆向营销

2.5 跨界营销

2.6 社群营销

2.7 小步快跑营销

3 新市场环境下全渠道营销

3.1 认识当前渠道营销的特点

3.1.1 房地产渠道两个方向

3.1.2 房地产十二大全渠道

3.1.3 项目全程营销渠道建设

3.2 房地产渠道的“双创”

3.3 大客户渠道开发与建设

3.3.1 如何寻找和接近大客户

3.3.2 如何拜访大客户

3.3.3 如何有效组织大客户活动和拓客收网

3.4 圈层渠道开发与建设

3.4.1 构建圈层渠道六大步骤

3.4.2 渗透圈层四招

3.4.3 如何激活圈层

3.4.4 如何有效组织圈层活动

3.5 团购渠道开发与建设

3.6 编外经纪人渠道构建

3.6.1 五类编外经纪人

3.6.1.1 核心编外经纪人

3.6.1.2 专业地产销售编外经纪人

3.6.1.3 其它销售编外经纪人

3.6.1.4 广大业主

3.6.1.5 其它任何形式的编外经纪人

3.6.2 三种主要模式发展编外经纪人

3.6.3 编外经纪人发展的三个阶段

4 新市场环境下全方位精准客户拓展

4.1 编制精准客户地图

4.1.1 客户地图之作用

4.1.2 各阶段编制客户地图要求

4.1.3 客户地图三大属性

4.1.4 客户地图的编制思路

4.1.5 客户地图寻客思路与编制要素

4.2 全面寻客九大工具

4.2.1 拓客策略

4.2.2 编制详细客户地图

4.2.3 人脉资源拓展

4.2.4 拓展人员分工的纵向一体化

4.2.5 竞争形式与激励制度

4.2.6 有效设定拓客的关键指标

4.2.7 拓客工具的运用---资产包

4.2.8 兼职及编外经纪人

4.2.9 数据管理

4.3 房地产拓客十二式

5 豪宅项目客户挖掘与成交

5.1 豪宅营销三大秘籍

5.2 豪宅项目营销四大突破

5.2.1 区域突破

5.2.2 阶层突破

5.2.3 年龄突破

5.2.4 关系突破

5.3 豪宅项目营销四大提升

5.3.1 圈层提升

5.3.2 服务提升

5.3.3 体验提升

5.3.4 配套提升

5.4 豪宅项目营销三个核心指标

5.5 豪宅项目的客户挖掘

5.5.1 豪宅十大客户挖掘渠道

5.6 豪宅项目的成交四步曲

5.6.1 单客营销策略

5.6.2 贴身追踪

5.6.3 边缘关系强化

5.6.4 团队作业成交

6 车位和商铺库存去化模式

6.1 车位去库存的模式

6.1.1 车位销售的最佳三个节点

6.1.2 车位去库存的模式

6.1.3 压卖模式—饥饿营销

6.1.4 增值模式—价值营销

6.1.5 搭销模式—捆绑营销

6.1.6 金融模式—投资性销售

6.1.7 三方模式—大客户营销

6.2 车位销售的技巧

6.2.1 车库投资性特征的开发

6.2.2 车库销售的“一堵、二拖、三风、四紧”技巧

6.3 商铺库存去化模式

6.3.1 商铺去库存三大法

6.3.1.1 投资理财型

6.3.1.2 带租约销售型

6.3.1.3 打包扫货型

6.3.2 大面积商铺产品的包装与销售策略

6.3.3 商铺大客户的开发

6.3.4 商铺大客户营销策略

6.3.5 促成大面积商铺成交四个核心要素