

车库车位去库存营销策略

模拟训练

讲师：李豪

课程简介：本课程针对车位销售和去库存方式，采用模拟训练和模拟演练的方式，让学员针对案例进行讨论演练，然后总结再由讲师点评和总结，从而实现真正掌握车位营销和销售技巧。

课程时间：1天

课程对象：房地产企业营销人员、销售人员、物业管理人员和客服人员

课程收益：

- 1、认识当前房地产项目车位的作用和特点；
- 2、学习和掌握车位在不同项目和城市区域的营销模式；
- 3、掌握车位销售的准备、技巧与相关技能，通过系统化的销售准备达到车位去库存的目标。

课程大纲：

1 车位产品的特点

1.1 车位的刚性需求

1.2 车位的金融属性

1.3 车位与住宅同样的流转性

1.4 车位不可复加性

1.5 模拟演练案例：世茂地产车位销售模式

2 车位去库存的模式

2.1 车位销售的最佳三个节点

2.2 车位去库存的模式

2.2.1 压卖模式—饥饿营销

2.2.2 增值模式—价值营销

2.2.3 搭销模式—捆绑营销

2.2.4 金融模式—投资性销售

2.2.5 三方模式—大客户营销

2.3 模拟演练案例：恒大地产车位去库存模式

3 车位销售的准备

3.1 业主信息、车位信息与价格摸底

- 3.2 形成整体车位销售方案
 - 3.3 物业、销售、城管与交警四方协调
 - 3.4 适当宣传与提价消息释放
 - 3.5 邀请三方投资客或销售公司共同参与
 - 3.6 前松后紧的分区域销售
 - 3.7 模拟演练案例：某项目交付 3 年后车位销售模式
- 4 车位销售的技巧
- 4.1 车库刚需与投资性客户分析
 - 4.2 车库激发客户刚性需求技巧
 - 4.3 车库投资性特征的开发
 - 4.4 车库销售的“一堵、二拖、三风、四紧”技巧
 - 4.5 模拟演练案例：某项目用了 3 招 2 个月车位销售 80%

课程流程：

