

房地产项目从亮相到首开全程营销模式

讲师：李豪

课程简介：本课程主要针对当前市场环境下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，一定成为项目营销中核心竞争力。同时学习如何有效去化车位、商铺的营销模式。

课程时间：1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、学习和掌握项目从亮相到首开的全程营销，以及如何制定营销策略、制定营销计划与首开目标分解与落实；
- 2、重点学习和掌握房地产项目重要营销渠道和拓客模式；

3、学习和掌握车位、商铺等产品库存去化的模式。

课程大纲：

1 项目从亮相到首开的全流程营销

1.1 项目营销策略与营销计划

1.1.1 项目定位与产品解读

1.1.2 项目配套与环境解读

1.1.3 项目工程现状解读

1.1.4 市场、客户与竞品解读

1.1.5 项目整体营销策略与营销计划

1.1.6 项目一期开工量与产品解读

1.1.7 项目首开目标解读与指标分解

1.2 项目亮相与前期推广

1.2.1 项目亮相的三种模式

1.2.2 根据项目的定位与调性确定亮相模式

1.2.3 项目亮相公关营销与活动营销

1.3 项目营销团队组建与案场建设

1.3.1 项目营销团队组建四种方式

1.3.2 项目案场主要功能与销售流程

1.3.3 营销团队培训与制度建设

1.3.4 销售团队现场演练与产品知识掌握

1.4 项目渠道营销建设与拓客

1.4.1 项目客户地图编制

1.4.2 项目不同产品客户肖像描绘

1.4.3 区域竞品客户来源和渠道模式解读

1.5 项目全面推广

1.5.1 区域主要媒体与传播路径调查与选择

1.5.2 媒体效果与成本控制

1.5.3 项目开盘前爆点营销模式

1.6 项目蓄客与认筹

1.6.1 蓄客指标与蓄客模式打造

1.6.2 解筹率与成交率之间的关系

1.6.3 项目蓄客与认筹方案策划

1.6.4 客户的落位与销控

1.6.5 精准确定开盘价格的三个阶段

1.7 项目开盘方案与开盘方式

1.7.1 项目开盘策划与开盘方式选择

1.7.2 开盘后客户维护与加推的模式

1.8 案例：万科的首开模式、碧桂园与融创首开前的渠道模式

2 项目去化难主要因素

2.1 产品规划与定位因素

2.2 营销管理因素

2.3 营销时机把握不到位因素

2.4 滞销项目破冰与破局

2.4.1 五类常见的滞销项目

2.4.2 项目破冰的六步法

2.4.3 在破冰基础上实现区域、城市破局

2.5 滞销项目五大营销策略

2.5.1 客户重新定位策略

2.5.2 产品体验与氛围策略

2.5.3 服务价值提升策略

2.5.4 活动与优惠策略

2.5.5 新媒体营销策略

2.6 房地产有效的尾盘五种营销策略

3 营销渠道与全方位拓客模式

3.1 房地产营销渠道定义

3.2 房地产十大关键渠道

3.3 全方位拓客标准化作业 SOP

3.4 房地产圈层营销模式

3.4.1 圈层营销的定义

3.4.2 圈层营销三类核心人物

3.4.3 圈层营销六步模式

3.4.4 圈层中五种抓核心人物的方法

3.4.5 三种利用核心人物吸引圈层其它客户

3.4.6 圈层营销展开的模式

3.4.6.1 圈层活动

3.4.6.2 联谊会

3.4.6.3 推荐会

3.4.6.4 路演

3.4.7 圈层的管理与维护

3.5 房地产大客户营销渠道构建

3.5.1 房地产大客户的定义

3.5.2 大客户的类型

3.5.3 大客户营销四种模式

3.5.4 大客户拜访计划与执行

3.5.5 大客户维护

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