

# 房地产项目价值传播与推广

讲师:李豪

**课程简介：**房地产项目营销策划与推广贯穿了房地产开发整个过程，每一个环节必须有效管理和把控，否则将对项目的销售、品牌、形象产生不良的影响和后果。房地产新形式之下各项营销工作必须要创新和有新的媒体与渠道，本课程就房地产项目营销策划和推广展开学习，通过案例研究、讨论互动等授课形式，提升房地产企业和项目营销管理和营销策划人员的房地产营销策划和推广综合技能。

**课程时间：**1天

**课程对象：**房地产集团营销管理人员、项目公司高管、营销总监、营销策划人员、销售经理、销售主管等

**课程收益：**

- 1 掌握当前房地产营销策划与推广重点与要点，以及房地产项目价值挖掘、提炼与传播模式；

- 2 通过培训了解房地产全程营销与推广模式，学习如何让项目快速打开知名度；
- 3 重点掌握寻客、吸客和引客三个要点的项目推广、项目传播和活动策划等一系列新的房地产营销策划的模式；
- 4 通过数家标杆企业营销研究和几十个经典项目营销案例分析，快速掌握营销策划与推广技能。

#### 课程大纲：

### 1 当前房地产项目传播特点

#### 1.1 房地产传播的两大特点

##### 1.1.1 时效性

##### 1.1.2 新鲜感

#### 1.2 房地产项目价值提炼与推广

##### 1.2.1 项目价值挖掘与提炼

##### 1.2.2 房地产项目价值三个层次八个方面

##### 1.2.3 绿城桃李春风的产品价值营销

##### 1.2.4 河北秦皇岛阿娜亚的服务价值营销

1.2.5 百督府的业主价值营销

1.2.6 万科的品牌价值营销

1.2.7 苏州诚品书屋的配套价值营销

## 2 房地产全程营销推广模式

2.1 全程营销策划八个关键节点

2.2 项目定位即实现销售模式

2.2.1 房地产众筹模式与订单式地产

2.2.2 项目定位价值传播

2.2.3 项目主题策划与营销主题策划

2.2.4 项目启动阶段的传播模式

2.2.5 项目亮相阶段的传播策略

2.2.6 项目蓄客阶段的传播三三定律

2.2.7 项目热销阶段的全面传播策略

2.2.8 项目持续销售阶段的低成本传播模式

2.3 新项目新区域品牌落地推广新模式

2.3.1 线上线下两条推广策划与策略

2.4 创新蓄客与认筹模式策划

2.5 引爆式开盘与事件营销

2.6 渠道营销与整合营销持续销售模式

2.7 服务即营销的尾盘营销

2.8 全程各阶段的活动策划

2.9 案例：万科、万达的项目全程营销与推广，恒大、碧桂园的全程营销

标准化，华远的“1元购”的引爆式营销

### 3 移动互联全网营销推广与策划

3.1 移动互联营销三个关键指标

3.2 移动互联全网营销八个版块

3.3 吸引客户和网民四个要素

3.4 项目各阶段的全网营销策略与推广

3.5 O2O 营销模式

3.6 微营销与爆点营销、事件营销

3.7 话题营销的策略与传播模式

3.8 “网红”直播营销

3.9 打造项目的传播裂变模式与矩阵营销

3.10 案例：万科城视频营销、万达“网红”营销、万科 O2O 营销、世纪公园

莱跑步@莱蒙