

购物中心前期定位、规划与推广

讲师：李豪

课程简介：商业地产将成为未来房地产重要投资方向，众多非商业地产的开发企业也转向商业地产开发，但商业地产定位难、招商难、管理难、可持续性难。本课程针对以上难点重点解决商业综合体项目开发过程一系统问题，通过大量的案例与实例学习商业综合体（购物中心）项目的开发。

课程时间：2天

课程对象：房地产企业高管、项目公司高管、房地产集团营销管理人员、销售管理人员，设计人员

课程收益：

1. 通过有效定位、规划等手段将项目整体形象、价值和商业功能展示给目标客户；
2. 如何选择和设计一种可持续的商业综合体赢利模式；
3. 通过有计划的推广策略提升项目知名度和价值。

课程大纲：

- 1 购物中心前期定位
 - 1.1 区域经济环境与城市产业格局研究
 - 1.2 消费群体研究
 - 1.3 城市商业模式研究
 - 1.4 行业产业模式研究
 - 1.5 项目竞争环境研究与分析
 - 1.6 房地产投资调研分析
 - 1.7 商户调研分析

1.8 租金与价格调研分析

1.9 购物中心 6 大定位

1.9.1 主题定位

1.9.2 客群定位

1.9.3 业态定位

1.9.4 品牌定位

1.9.5 运营模式定位

1.9.6 营销定位

2 购物中心规划与设计

2.1 项目整体功能组合设计

2.2 单层功能组合设计

2.3 业态与业种规划

2.3.1 业态组合与规划

2.3.2 业种组合与规划

2.4 建筑规划与建筑形态设计

2.5 VI 与 CI 设计

2.6 内部环境设计

2.6.1 内装修风格、标志物

2.6.2 中庭与公共空间设计

2.6.3 商业动态线路设计

2.6.4 内部交通系统设计

2.6.5 氛围营造系统设计

2.6.6 辅助与附属设施设计

2.7 外部环境营造与规划

2.7.1 交通系统与停车场规划

2.7.2 室外广场

2.7.3 建筑外立面设计与包装

2.7.4 广告位设计和店面招牌设计

2.7.5 店面与橱窗设计

- 2.8 景观绿化设计
- 3 购物中心项目推广
 - 3.1 项目推广
 - 3.1.1 项目推广设计与策略制定
 - 3.1.2 项目核心卖点提炼
 - 3.1.3 物业推广次序
 - 3.1.4 媒体组合策略
 - 3.2 购物中心不同阶段推广策略
 - 3.2.1 开业前期推广
 - 3.2.2 开业中推广策略
 - 3.2.3 运营中推广策略
 - 3.2.4 调整中推广策略
 - 3.2.5 升级改造中推广策略
- 4 购物中心创新营销模式
 - 4.1 跨界经营与营销
 - 4.2 IP/网红营销
 - 4.3 O2O 营销
 - 4.4 体验营销
 - 4.5 圈层营销
 - 4.6 大数据营销