

高端物业与奢侈品鉴赏

讲师：李豪

课程简介：《高端物业与奢侈品鉴赏》课程主要针对目前房地产新形势下的豪宅、高端物业投资价值，以及与奢侈品之间关系、互动和营销，课程通过讲授、案例、讨论、演练、训练、游戏、情景模拟、观看教学录像等互动的生动的授课形式。通过 1-2 天的培训提升营销人员和销售人员的销售技能，以及掌握奢侈品对高端物业营销的影响。

课程时间：1-2 天

课程对象：房地产企业营销管理人员，项目策划人员，房地产置业顾问，售楼中心服务人员、接待人员等

课程收益：

- 1、掌握高端物业的独物价值与卖点，了解高端物业客群的投资理念与行为模式；
- 2、学习和掌握奢侈品的发展、品牌、奢侈品故事，以及奢侈品的客群定位；
- 3、学习和掌握奢侈品与高端物业之间联系，以及奢侈品如何与高端物业营销

整合；

4、学习和掌握高端物业的圈层营销模式、操作，以及圈层营销购买。

课程大纲：

1 高端物业的特点

1.1 高端物业的独特价值

1.1.1 设计理念独特价值

1.1.2 建造、装修用材独特价值

1.1.3 区域、地段、环境独特价值

1.1.4 客群独特价值

1.1.5 服务独特价值

1.2 高端物业的客群特点

1.2.1 金字塔顶端人群

1.2.2 购买物业的理念

1.2.3 高端物业客群衣食住行全方面的行为和思维模式

1.2.4 高端的业客群对高价值产品看法

2 奢侈品鉴赏

2.1 世界奢侈品与中国奢侈品市场

- 2.2 中国奢侈品客户特点
- 2.3 全球奢侈品牌与发展趋势
- 2.4 奢侈品的品类
- 2.5 奢侈品故事与客群定位
- 3 奢侈品与高端物业投资脉络
 - 3.1 奢侈品与高端房产关系
 - 3.2 高端物业奢侈品的展示与嫁接
 - 3.3 奢侈品与高端物业营销互动
 - 3.4 打造高端物业奢侈品圈层
- 4 高端物业的圈层营销
 - 4.1 圈层营销核心密码三大模式
 - 4.2 圈层营销六步操作法
 - 4.3 房地产营销常用十大圈层渠道
 - 4.4 圈层营销操作三步法
 - 4.4.1 找人脉、建网络、树信任
 - 4.4.2 挖资源、搞活动、架渠道
 - 4.4.3 搭平台、树品牌、建模式

4.5 圈层营销之客户深耕

4.5.1 客户深耕的三种模式

4.5.1.1 老业主深耕

4.5.1.2 渠道客户深耕

4.5.1.3 大客户与商业客户深耕

4.5.2 客户深耕四套表

4.5.3 客户长期跟进计划与服务模式建立

4.6 圈层客户买行为与营销五法