

# 高档精装公寓营销策略

讲师：李豪

**课程简介：**高档精装公寓，以其优越的地理位置、产品特点和有针对性的高端客群在房地产产品中，不仅是一种高价值投资品，更重要的是一种身份和地位的象往，掌握高档公寓的营销策略，是透过产品本身挖项目价值和价值营销，高档公寓的价值就是财富升值、身份象征、全方位的生活与商务服务。

**课程时间：**1天

**课程对象：**商业地产营销管理人员、商业地产项目管理人员、项目营销和销售人员

**课程收益：**

- 1、认识和了解高档公寓营销模式、投资价值与客群分析；
- 2、掌握高档公寓的客户特点和客户需求，以及如何激发客户需求；
- 3、掌握高档公寓大客户营销与圈层营销方式与模式。

**课程大纲：**

- 1 高档公寓项目价值挖掘与营销策略
  - 1.1 高档公寓操盘中的风险与控制
    - 1.1.1 市场与客群定位风险
    - 1.1.2 产品设计与总价控制风险
    - 1.1.3 服务配套不足与客户体验风险
    - 1.1.4 推盘节奏风险
    - 1.1.5 预期过高与策划推广风险
  - 1.2 高档公寓六大价值挖掘
    - 1.2.1 区位地段价值
    - 1.2.2 周边配套价值

- 1.2.3 产品价值
- 1.2.4 服务价值
- 1.2.5 客群价值
- 1.2.6 品牌价值
- 1.3 高档公寓项目价值营销
  - 1.3.1 概念营销
  - 1.3.2 产品营销
  - 1.3.3 品牌营销
  - 1.3.4 跨界营销
- 1.4 高档公寓营销策略
  - 1.4.1 第一步：价值挖掘与炒作
  - 1.4.2 第二步：价值先行、服务先行
  - 1.4.3 第三步：高端人群口碑传播
  - 1.4.4 第四步：只闻其声不闻其身
  - 1.4.5 第五步：华丽呈现
  - 1.4.6 第六步：珍藏发售
- 1.5 案例：杭州东方君悦公寓、杭州印公寓
- 2 高档精装公寓客户分析与营销模式
  - 2.1 精装公寓营销模式
    - 2.1.1 导入运营模式：投资型、居住型、商务型与产业整合
    - 2.1.2 导入服务模式：财富管理与托管运营
    - 2.1.3 导入渠道：异地渠道搭建、本地推广、大客户营销
  - 2.2 精装公寓客户分析与开拓
    - 2.2.1 精装公寓投资七大类客户分析
    - 2.2.2 精装公寓客户开拓六大直接渠道
    - 2.2.3 精装公寓客户开拓八大间接渠道
    - 2.2.4 客户渠道的维护与管理
    - 2.2.5 高档精装公寓四大核心价值
      - 2.2.5.1 投资性

2.2.5.2 居住性

2.2.5.3 商务性

2.2.5.4 身份性

2.3 案例：上海华润公寓财富管托服务

### 3 高档公寓的大客户营销

3.1 高档公寓大客户的类型与特点

3.2 大客户的概念与意义

3.3 大客户的销售流程

3.4 大客户的决策机制与沟通模式

3.5 高档公寓大客户信息收集

3.6 接近大客户

3.7 了解和掌握大客户的关键需求点

3.8 如何打动大客户

3.9 大客户拜访技巧

3.10 与大客户建立四种客户关系

### 4 高档公寓圈层营销模式

4.1 4 高档公寓圈层营销的定义

4.2 圈层营销三类核心人物

4.3 圈层营销六步模式

4.4 圈层中五种抓核心人物的方法

4.5 三种利用核心人物吸引圈层其它客户

4.6 圈层营销展开的模式

4.6.1 圈层活动

4.6.2 联谊会

4.6.3 推荐会

4.6.4 路演

4.7 圈层的管理与维护

### 5 客户跟进技巧

5.1 客户跟进目的与意义

- 5.2 客户直接跟进法
- 5.3 客户间接跟进法
- 5.4 客户跟进的要点
- 5.5 客户跟进的评估与总结
- 5.6 客户跟进中死结的突破