

后疫情时代的商业项目招商实施与线上线下运营融合

讲师：李豪

课程介绍：

新型冠状病毒肺炎疫情席卷全国，成为影响中国商业地产市场的“黑天鹅”事件，

各个物业类型均受其影响，商业项目其成为疫情中的“重灾区”。

如何快速走出疫情对商业项目运营的影响，如何利用互联网等营销手段为项目、

商家提升销售量，如何有效催收租金。成为本课程核心学习的三大版块。

课程对象：

商业地产项目中、高管，各部门主管、经理，招商人员，企划人员，客服人员

课程时间：2天

课程学习目标：

- 1、分析疫情后商业项目的挑战、趋势与变革机会
- 2、学习疫情后商业项目招商的思维方向与目标
- 3、学习和掌握互联网与线下商业融合的运营模式
- 4、学习和掌握租金催收的原则、时机和方法

课程大纲：

- 1 疫情后商业项目挑战与趋势
 - 1.1 疫情后商业项目运营的挑战
 - 1.2 疫情后各业态（餐饮、娱乐、零售、教育）经营迎来的变革
 - 1.3 市场竞争加剧，运营模式需要年轻化
 - 1.4 疫情后亟待补充和调整的业态
 - 1.5 案例分析：龙湖天街、万达广场疫情后的运营变革
- 2 商业项目的招商思维的转变
 - 2.1 品牌需求转变顾客需求、转变思维引领销售
 - 2.2 购物中心角色转变业态加速创新
 - 2.3 消费升级购物中心成为时间整合者的意义更为重要
 - 2.4 让品牌组合诠释商业氛围
 - 2.5 明确自身客群、组合方案
 - 2.6 展现购物乐趣 提升聚客能力
 - 2.7 案例分析：万达广场、世茂广场在招商新模式
- 3 打通线上线下运营，提升购物中心亮点
 - 3.1 五个方面打通线上线下商业融合

- 3.2 利用大数据与会员系统为商家精准营销
- 3.3 学习拼多多的模式，利用好节日营销
- 3.4 打造项目亮点、增强竞争优势；
- 3.5 案例分析：某商业广场互联网营销与线下融合模式

4 破局

- 4.1 形成合力协作共赢
- 4.2 整合资源扩大优势
- 4.3 主动挖掘导入
- 4.4 跨界整合关联性业态，打造一站社交平台
- 4.5 多种合作模式

5 租金催缴

- 5.1 先做服务再催缴租金
- 5.2 了解商家经营情况，分类对待
- 5.3 力争大商户先催收，再解决中小商户
- 5.4 分期分批催收模式
- 5.5 适当利用租金分期或租金贷等金融工具
- 5.6 适时利用法律手段