

精工品质—商办项目定位与创新招商运营 实战工作坊 讲师：李豪

课程简介：

各类商办项目在全国各地的快速发展中，逐渐暴露出来许多问题，但是由于规划招商存在的严重问题，运营中出现背忽视和掩盖，并没有引起人们的足够重视。而我国零售业人才，原来大多从事百货业的运营，对复合性商业物业（如综合体）的运营并不熟悉，实际操作的经验比较少，忽视运营管理的重要性。

这些也是造成一些商业地产开门难言开业、开业人不火，经营效果不佳的原因。

一个商业地产成功与否，与前期的招商定位、结构设计、租户选择有着极其重要的关系。

课程时间：2天

课程对象：商业地产企业和房地产开发企业中高级管理人员、招商人员、营销管理人员、商办项目运营管理人员

课程收益：

- 1 全面掌握商办项目在运营中遇到租户流失和经营，如何重新定位项目；
- 2 学习和掌握商办项目在当前市场环境如何有效招商的创新模式；
- 3 学习和掌握在当前商办项目主力店业态的变化，以及如何有效招新业态主力店
- 4 掌握商办项目在运营中的新模式、新玩法和新思维。

课程大纲：

- 1 商办项目持续招商与重新商业定位
 - 1.1 当前持续运营阶段的商办项目招商的三大问题
 - 1.2 商办项目重新定义与定位
 - 1.2.1 商业主题定位
 - 1.2.2 商业客群定位
 - 1.2.3 办公的产业定位
 - 1.2.4 办公物业创新定位与运营
 - 1.2.5 档次定位
 - 1.2.6 品牌与商家定位

1.3 运营模式定位

1.3.1 常见四种商办项目运营模式

1.3.2 当前商办项目对运营的要求

1.4 推广与营销模式定位

1.4.1 商办项目大数据推广应用

1.4.2 商办项目自媒体推广和营销模式

1.5 案例：龙湖招商模式、杭州某项目商业运营 5 年失败通过重新定位商

业疫情期间开业率 80%以上

2 商办项目创新模式

2.1 商办项目创新招商

2.1.1 自媒体招商

2.1.2 商业联合品牌招商

2.1.3 整体商业资源招商

2.1.4 让度部分场地招商

2.1.5 自创品牌或联营品牌招商

2.2 商办项目运营的要点与难点

2.2.1 商办项目运营的三个周期

2.2.2 如何快速度过养商期

2.2.3 运营中如何优化业态、品类与品牌

2.2.4 商业动线的优化

2.2.5 商业空间的重新布局与利用

2.2.6 办公物业的分区布局

2.3 疫情之下商办项目招商模式

2.3.1 寻商：寻找有特色的本地小品牌

2.3.2 扶商：扶持有有人气流量旺的品牌

2.3.3 创商：打造网红店的四步法

2.4 案例：大悦城本土品牌招商与打造；宁波某商业项目因招不到网红品

牌奶茶，自创网红奶茶品牌

3 商办项目的招商模式与招商渠道

3.1 创新主力店招商模式

3.1.1 吸引多业态主力店进入商办项目

3.1.2 增加娱乐、文化、跨界等主力店

3.1.3 健康、医疗主力店的引入

3.1.4 主力店招商三种模式

3.2 招商策略与渠道

3.2.1 商业资源整合与商业能力评估

3.2.2 招商策略与招商政策设计

3.2.3 抓住商家核心要点

3.2.4 常规四种招商模式

3.2.5 招商十大渠道

4 商办项目后期全面运营操作

4.1 确定商办项目开业四大要素

4.2 商业项目快速吸引有气推广策略

4.2.1 活动营销

4.2.2 会员营销

4.2.3 O2O 营销

4.2.4 跨界营销

4.3 商办项目日常运营管理四个核心模块

4.3.1 商业经营管理

4.3.2 营销与招商管理

4.3.3 物业管理

4.3.4 运营团队管理

4.4 案例：广州正佳广场 × 海洋世界 × 演艺剧院；龙湖天街跨界商业等

5 商办项目招商与运营实战工作坊

5.1 项目现状与定位分析

5.2 项目业态定位、主题定位与招商定位

5.3 分组讨论新的招商与运营方案

5.4 讲师点评方案

5.5 方案修正

5.6 形成可行性最终方案

课程流程：

