

商办写项目全程推广策划 与创新营销模式打造

讲师：李豪

课程简介：随着商业地产开发越来越多，写字楼、公寓与商铺项目在营销、推广和销售环节中遇到众多的问题。本课程就如何应用创新经营模式、开发模式和营销模式针对商铺、写字楼、公寓等项目展开实战课程操作。

课程时间：2天

课程对象：商铺、写字楼、公寓开发商企业中高管，策划、营销和招商员工，一线销售人员和置业顾问

课程收益：

- 1、学习和掌握现代商、办、写的全程策划与营销推广、招商的策划；
- 2、认识和掌握现代商、办、写的特点以及现代写字楼客户的需求特点；
- 3、学习和掌握现代商、办、写的经营模式创新和服务创新；
- 4、学习和掌握通过增值服务提升各类服务质量和增加盈利来源。

课程大纲：

- 1 关于当前商、办、写的定位与策划
 - 1.1 当前商、办、写开发和营销的主要问题
 - 1.2 当前商、办、写核心难点和困点
 - 1.3 当前现代写字楼和公寓产品重新定义和定位
- 2 写字楼和公寓全程营销新模式
 - 2.1 写字楼全程营销与推广特点
 - 2.2 公寓全程营销与推广模式

- 2.3 客户需求分析
 - 2.3.1 客户需求类型与行业分析
 - 2.3.2 购买客户需求分析
 - 2.3.3 租赁客户需求分析
 - 2.3.4 外资客户需求分析
 - 2.3.5 自身条件、市场环境、客户需求匹配度深度分析
- 2.4 写字楼和公寓的开发模式
 - 2.4.1 定制化开发与订单式营销模式
 - 2.4.2 众筹营销模式
 - 2.4.3 融资营销模式
- 2.5 项目整体定位模式
 - 2.5.1 项目定位方法
 - 2.5.2 定位结构组成
 - 2.5.2.1 功能定位
 - 2.5.2.2 主题定位
 - 2.5.2.3 档次定位
 - 2.5.2.4 形象定位
 - 2.5.2.5 客户定位
- 2.6 全程营销的核心
 - 2.6.1 写字楼的整售
 - 2.6.2 公寓设计成金融产品
- 3 写字楼和公寓营销策划与实施
 - 3.1 营销策略
 - 3.1.1 入市时机的选择
 - 3.1.2 租金、售价的制定
 - 3.1.3 折扣设定
 - 3.1.4 销控策略
 - 3.1.5 业务体搭建
 - 3.2 推广策略

- 3.2.1 推广主题
- 3.2.2 推广费用
- 3.2.3 推广渠道
- 3.2.4 公关活动
- 3.2.5 销售道具
- 3.3 营销与推广的时间节点安排
- 3.4 招商策划与规划
 - 3.4.1 招商策略设计
 - 3.4.1.1 招商策略的“养”、“引”、“储”、“收”、“涨”
 - 3.4.1.2 招商政策的“托”、“繁”、“回”
 - 3.4.1.3 利用当地商业等优惠政策成为项目招商政策与优势
 - 3.4.2 招商定位与招商计划制定
 - 3.4.3 阶段性招商策略
 - 3.4.4 租金体系设计
 - 3.4.5 大租户选定与价值评估
 - 3.4.6 大租户情报收集与公关
- 3.5 写字楼和公寓创新营销
 - 3.5.1 订单营销
 - 3.5.2 合作营销
 - 3.5.3 定向营销
 - 3.5.4 借力营销
 - 3.5.5 品牌营销
 - 3.5.6 产业化营销
- 4 写字楼和公寓的营销与销售模式
 - 4.1 渠道营销
 - 4.1.1 渠道营销的目的与意义
 - 4.1.2 渠道的定义
 - 4.1.3 公寓和写字楼营销的十二大渠道构建
 - 4.1.4 渠道营销实战技巧

- 4.1.5 渠道模式创新
- 4.2 圈层营销
 - 4.2.1 圈层营销意义
 - 4.2.2 圈层营销的三大核心
 - 4.2.3 圈层营销的六步法
 - 4.2.4 圈层渠道寻找与建设
 - 4.2.5 圈层营销的实战模式
- 4.3 大客户营销
 - 4.3.1 房地产大客户的定义
 - 4.3.2 大客户内外部寻找
 - 4.3.3 大客户营销流程与模式
 - 4.3.4 大客户拜访与跟进
 - 4.3.5 大客户活动组织与销售实现
- 5 现代写字楼和公寓创新服务
 - 5.1 写字楼和公寓的管理/服务创新方向
 - 5.2 管理/服务模式创新
 - 5.2.1 管理层与操作层分离
 - 5.3 设备管理创新
 - 5.4 安全防范创新
 - 5.5 环境管理创新
 - 5.6 服务流程创新
 - 5.7 管理/服务手段创新
 - 5.8 写字楼公寓资产增值创新管理模式

课程案例：保利广州金融中心众筹模式、当代 **MOMA** 公寓的众筹模式、兰州中天健广场写字楼整售、**U+**公寓营销模式、雷斯格写字楼创新租赁模式等二十余个写字楼、公寓营销和创新营销案例