

商业地产全面招商与运营管理实战工作坊

讲师：李豪

课程简介：

各类商业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：1天

课程对像：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、商业地产运营管理人员

课程收益：

- 1 全面了解商业地产招商、运营重要节点，以及关键要点与难点；
- 2 学习和掌握商业地产不同阶段招商方式，以及招商渠道和策略；
- 3 学习和掌握在商业运营中关键要点，以及如何用新的互联网商业模式为商业运营助力；
- 4 掌握不同商业物业所面对的对象，以及运营管理中的不同模式和关键点。

课程大纲：

- 1 商业地产全面开发与运营关键节点
 - 1.1 商业地产开发与运营全流程八个关键点节
 - 1.2 商业地产定位
 - 1.2.1 商业主题定位
 - 1.2.2 商业客群定位
 - 1.2.3 档次定位
 - 1.2.4 品牌与商家定位
 - 1.3 运营模式定位
 - 1.3.1 常见四种商业地产运营模式
 - 1.3.2 当前商业地产对运营的要求

1.4 推广与营销模式定位

1.4.1 商业地产全面推广节点

1.4.2 商业地产两大营销方式

1.5 案例：万科招商模式、龙湖招商模式

2 商业地产招商与运营的要点与难点

2.1 商业地产招商的要点与难点

2.1.1 主力店与主力商业的确定与招商

2.1.2 主力店和次主力及品牌商家配比

2.1.3 租金的设计与递增模式

2.1.4 招商优惠政策如何策划与设计

2.2 商业地产运营的要点与难点

2.2.1 商业地产运营的三个周期

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 五个统一对商业后期运营作用

2.3 疫情之下商业地产招商模式

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；宁波某商业项目自创网红奶茶品

牌

3 商业地产全程招商与招商定位

3.1 商业地产全程招商的三个阶段

3.1.1 项目前期如何实订单式商业地产

3.1.2 项目开发中如何有效吸引主力商家

3.1.3 项目开发后期如何实现全面招商

3.2 招商定位

3.2.1 项目主题与商业业态定位关系

3.2.2 不同商业物业招商时序

3.2.3 购物中心业态定位与招商策略

3.2.4 商业街区业态定位与招商策略

3.2.5 公寓、写字楼等商业招商策略

3.3 招商策略与渠道

3.3.1 商业资源整合与商业能力评估

3.3.2 招商策略与招商政策设计

3.3.3 抓住商家核心要点

3.3.4 常规四种招商模式

3.3.5 招商十大渠道

4 商业地产后期全面运营操作

4.1 确定商业项目开业四大要素

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 商业地产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 商业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：

