

# 商业营销策略与招商运营

讲师：李豪

**课程简介：**本课程围绕着商业物业营销为基础，将商业的招商、运营、业态规划和租金回报设计等，可以提升商业销售的重要因素——展示案例式的学习和讨论。

**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、学习和掌握商业地产的销售技巧，以及商业大客户的营销技巧；
- 2、学习和掌握商业地产销售客户异议处理技巧与逼定技巧；
- 3、学习和掌握商业的规划、招商、租金回报设计和运营相关知识。

**课程大纲：**

## 1 商业的销售技巧

### 1.1 商业产品大客户销售技巧

- 1.1.1 商业大客户的类型与特点
- 1.1.2 大客户的概念与意义
- 1.1.3 大客户的销售流程
- 1.1.4 大客户的决策机制与沟通模式
- 1.1.5 商业大客户信息收集
- 1.1.6 接近大客户
- 1.1.7 了解和掌握大客户的关键需求点
- 1.1.8 如何打动大客户
- 1.1.9 大客户拜访技巧

- 1.1.10 与大客户建立四种客户关系
  - 1.2 客户跟进技巧
  - 1.3 以招商代销售的商业销售模式
- 2 商铺客户逼定技巧
  - 2.1 价格谈判与异议处理
    - 2.1.1 客户两种价格异议
    - 2.1.2 探询价格异议的原因
    - 2.1.3 控制客户杀价的心理底线
    - 2.1.4 价格异议的处理原则
    - 2.1.5 六种价格异议处理技巧
  - 2.2 不同销售阶段的逼定技巧
  - 2.3 主动逼定客户要求与技巧
  - 2.4 主动逼定购买的障碍
  - 2.5 主动逼定购买的时机
  - 2.6 快速逼定十法
  - 2.7 商铺客户逼定促成成交六法
- 3 商业招商与运营
  - 3.1 招商策略设计
    - 3.1.1 招商策略的“养”、“引”、“储”、“收”、“涨”
    - 3.1.2 招商政策的“托”、“繁”、“回”
    - 3.1.3 招商销售一体化的营销模式，反向计算售价的经营模式
  - 3.2 招商定位与招商计划制定
  - 3.3 阶段性招商策略
  - 3.4 租金体系与回报设计
  - 3.5 商业综合体业态布局原则
    - 3.5.1 集中商业与商街业态布局的：“动静原则”、“消费高差原则”、“主次原则”
    - 3.5.2 商业街业态布局的“五消三售二娱”
    - 3.5.3 主力店与普通店的“二八原则”

3.5.4 品牌店与本土店的“三七原则”

3.5.5 实现经济指标的五大业态平衡术

### 3.6 商业运营

3.6.1 让商业项目未开先火的四招

3.6.1.1 自销主力店带动品牌店

3.6.1.2 打造网红店-自媒体全方位传播

3.6.1.3 先营销商业再销售商铺

3.6.1.4 制造项目爆点与热点

3.6.2 项目运营推广与营销

3.6.2.1 项目高颜值营销

3.6.2.2 项目时尚营销

3.6.2.3 项目跨界营销

3.6.2.4 针对年轻客户浪漫营销

3.6.3 项目运营管理

3.6.3.1 商户经营模式培训与辅导

3.6.3.2 为商户打造线上线下销售渠道

3.6.3.3 打造项目消费人群的引流渠道

3.6.3.4 项目跨界经营与营销模式