

项目总视角下的房地产全程标准化营销 与管控要点

房地产实战派营销专家李豪老师 2019-2020 年力荐品牌系列课程

讲师：李豪

课程简介：房地产极致营销所提倡的是把营销工作做全、做精、做细、做透，把复杂的工作简化、简单的工作反复做。全程标准化营销课程不仅提供全流程营销指导和案例，也是**首次把营销工具、模型和模版作为课程重要内容之一**，让学员更加快速的把所学内容运用到工作。

课程时间：2天

课程对象：房地产企业高管、普通管理人员、营销策划人员、销售管理人员等

课程收益：

- 1、掌握房地产全过程营销各阶段的重要工作与核心指标；
- 2、掌握各类房地产最新营销工具、模型和模版和实际工具中如何应用；
- 3、学习和掌握各大房企的营销模式和营销工作展开方式；
- 4、掌握房地产营销管制模式和管理模式。

课程大纲：

1 项目可研与前期策划定位

1.1 项目可行性研究

1.1.1 项目可研核心决策依据与财务指标

1.1.2 可研报告的4个版块与16个报告

1.2 项目前期策划与定位

1.2.1 项目策划与定位8个关键篇章

1.2.2 宏观研究对项目营销模式与计划影响

1.2.3 中观研究区域竞争对产品定位影响

1.2.4 微观研究客户需求与偏好对产品创新影响

1.2.5 定位决策流程与决策成果

1.2.6 定位方案评估8个决策性指标

1.3 产品形成与营销模式、策略确定

1.3.1 产品测试、诉求测试与营销通路测试

1.3.2 全业务评审

1.3.3 同类型案例研究

1.3.4 各类数据与信息正确性评估

1.4 管控要点：1、信息与数据来源;2、调研方式；3、可研流程；4、评估测算方式；

1.5 案例：万科项目决策流程、万达项目拿地与开发标准、恒大地产标准化产品体系

1.6 工具与模型：城市地图、七对眼睛、客户地图、地产五类客户细分模型

2 项目推广与蓄客开盘

2.1 全程营销计划与营销节点排布控制

2.2 项目开发时序与产品策略

2.3 确定区域媒体通路及效果形成媒体推广计划

2.4 项目启动阶段营销模式

2.4.1 确定推广计划与认筹方案

2.4.2 媒体推广与线下拓客同时

2.4.3 阶段性成果指标与要求

2.4.4 启动阶段公关营销、事件营销与媒体营销策略

2.4.5 项目互联网 O2O 营销方案策划

2.5 项目认筹方案与计划

2.5.1 常规认筹计划

2.5.2 订单式地产认筹计划

2.5.3 线下线下众筹认筹方案

2.5.4 认筹方案设计的核心指标与要点

2.5.5 认筹启动阶段的爆点营销策划

2.6 项目开盘与销售

2.6.1 开盘前意向客户价格摸底与需求精确摸底

2.6.2 制定最终销控方案

2.6.3 开盘策划与活动策划

2.7 管控要点：1、竞争与市场研究；2、销售数据收集与分析；3、开盘

方式与广告推广测算；4、费率控制与促销方式；5、定价方案；

2.8 案例：恒大标准化开盘、碧桂园开盘模式、万达汉街豪宅开盘前事件

营销

2.9 工具与模型：波士顿产品矩阵、产品定价模型、销售控制模型

3 阶段性销售与持续销售

3.1 开盘后控价、控量与控市场

3.2 持续销售阶段的小步快跑模式

3.3 案场形象与接待能力提升

3.4 活动策划与营销渠道维护

3.5 管控要点：1、持续销售方式；2、案场形象、服务质量与签约流程；

3.6 案例：恒大阶段性营销策略、碧桂园 3+2+2 模式

3.7 工具与模型：客户接待精细化 12 步法、客户六大逼定法、现场 OJT

技能

4 项目尾盘与客户服务

4.1 项目尾盘阶段项目清盘方案

4.2 项目交房计划与实施

4.2.1 项目交房方案策略

4.2.2 项目交房计划与实施要点

4.2.3 验房工作难与解决方案

4.3 项目全程客户服务

4.3.1 项目启动阶段客服核心—客户需求把握与物业咨询

4.3.2 项目开发阶段客服核心—客户触点管理与提升客户信心

4.3.3 项目开发后期客服核心—居住满意度与关怀客户

4.4 管控要点：1、交房、验房流程；2、售后服务；3、物业服务。

4.5 案例：万科 6+2 标准化服务、绿城物业售前咨询、龙湖标准物业服

务

4.6 工具与模型：ABCD 交房模式、客户满意度与忠诚度模型

5 营销团队建设与管理

5.1 营销团队组建模式

5.1.1 碧桂园模式与万科模式分析

5.2 营销团队招聘与培训、训练计划

5.3 营销团队现场管理与激励

5.4 营销团队任务分解与考核

5.5 案例：碧桂园全民营销团队组建模式、绿城营销团队培训计划

5.6 工具与模型：营销人才模型

6 营销管控模式与标准化营销

6.1 三种营销管控模式

6.1.1 二级管控模式

6.1.2 三级管控模式

6.1.3 四级管控模式

6.2 万科、碧桂园、恒大、万达等房企的营销管控模式

6.3 标准化营销体系构成

6.3.1 确立企业营销模式与营销战略

6.3.2 全程营销流程与关键阶段管控

6.3.3 营销制度建设与落地实施

6.3.3.1 制度建设

6.3.3.2 工作流程

6.3.3.3 工作指引、指导

6.3.3.4 表单与模版

6.3.4 制度与体系的完善与精进

6.4 工具与模型：房地产企业营销控制模型、营销流程模式与工作模版