

新零售、新商业、新定位

——新零售模式下的商业定位与招商运营

讲师：李豪

课程简介：本课程就商业新零售模式下的，针对当前商业与互联网、人工智能、大数据的结合，就新商业项目或旧商业改造，如何研究商业，如何定位、如何规划商业体，以及如何运营展开授课和学习。

课程时间：2天

课程对象：商业地产企业高管、项目公司高管、房地产集团营销管理人员、商业地产招商与运营人员

课程收益：

1. 拓展传统商业地产运营思维，以互联网思维重新认识商业地产的运营；
2. 重点学习和掌握电商和大数据下商业地产的定位与经营模式；
3. 学习和掌握当前优秀商业运营企业和商业项目成功招商和盈利模式。

课程大纲：

- 1 新零售模式下的商业运营的特点
 - 1.1 新零售的概念与意义
 - 1.2 新零售与新商业特点
 - 1.3 新商业的运营特点：
 - 1.3.1 商业主题化
 - 1.3.2 业态体验与娱乐化
 - 1.3.3 品牌小众化
 - 1.3.4 运营互联网化、大数据化
 - 1.3.5 招商品牌自创化
- 2 新零售模式下商业市场研究的方向
 - 2.1 城市研究方向
 - 2.1.1 GDP 增涨率与增涨方向
 - 2.1.2 人口流动方向与人口结构
 - 2.1.3 社会零售品增涨率与趋势
 - 2.1.4 产业结构与产业特色
 - 2.1.5 商圈与商圈特色
 - 2.2 区域市场研究方向

2.2.1 区域规划发展方向

2.2.2 人口与人口密集度

2.2.3 区域市场商业环境与商业生存状态

2.3 消费群体研究方向

2.3.1 主要收入来源

2.3.2 消费群体数量与消费力

2.3.3 主力消费人群结构

2.3.4 消费方向与消费方式

2.4 竞争项目研究方向

2.4.1 体量与商业物业结构

2.4.2 业态与品牌研究

2.4.3 运营模式与运营状况

2.4.4 收入与租金水平研究

2.4.5 品牌经营情况与租金坪效研究

2.5 个案研究与借鉴

3 新零售模式下商业的定位

3.1 商业定位流程与定位模式

3.1.1 核心商圈内的商业的差异化定位

3.1.2 副城中心的一体化运营的定位

3.1.3 郊区商业的特色化定位

3.2 商业主力消费人群定位

3.3 商业主题定位

3.4 商业业态定位

3.5 商业物业结构定位

3.6 商业品牌与档次定位

3.7 商业运营模式定位

3.8 商业体量定位

4 新零售模式下商业的规划的特点

4.1 商业物业结合规划

4.2 商业物业运营方式规划

4.3 商业动线规划

4.4 商业业态规划

4.5 商业运营设施规划

4.6 商业体内外形象与功能规划

- 5 新零售模式下商业招商的模式
 - 5.1 北京 SKP 的招商模式
 - 5.2 K11 的招商与运营模式
 - 5.3 中粮大悦城的招商模式
 - 5.4 万达的商业招商模式
 - 5.5 龙湖的商业招商模式
 - 5.6 商业招商模式与招商实施
 - 5.6.1 招商定位与目标确定
 - 5.6.2 招商策略与招商计划
 - 5.6.3 招商前期策划
 - 5.6.4 招商资源整合
 - 5.6.5 常用八种招商方式
- 6 新零售模式下商业运营与盈利模式打造
 - 6.1 凯德的商业运营模式
 - 6.2 恒隆和新鸿基的商业运营模式
 - 6.3 新加坡 Iiuma 运营模式
 - 6.4 新商业盈利模式打造

6.4.1 租售并举模式

6.4.2 资产证券化模式

6.4.3 运营后整售模式