

# 《高端住宅项目营销培训》课程大纲

## 课程收益

- 1、梳理高端住宅项目营销客群特征，提升置业顾问高端客群营销技巧。
- 2、萃取并应用高端住宅项目营销模式，理论联系实际提升营销业绩。

## 授课对象

房地产企业营销人员

## 授课课时

1~2天（6小时/天）

## 授课方式

- 1、理论讲述
- 2、分组讨论
- 3、案例分享
- 4、课堂测试
- 5、情境演练
- 6、视频赏析

## 课程大纲

### 第一讲 高端住宅项目营销

#### 一、高端住宅项目营销基本逻辑

- 1、高端住宅项目的五个共同点
- 2、高端住宅客群的六大谈资
- 3、高端住宅营销中价值感创造的四个方面
- 4、高端客户的十个职业领域

## 二、高端案场服务

- 1、高端案场服务模式
- 2、预约接待流程
- 3、置业顾问培训与考核
- 4、营销增值服务
- 5、物业服务体系

## 三、高端客户剖析

- 1、如何对高端客户做营销
- 2、高端客户追求的四件事
- 3、如何加入高端客户的圈子
- 4、给高端客户“私人订制”

## 四、营销说辞的优化提升

- 1、客户群体发生变化
- 2、想做销冠，先会提问
- 3、从讲事实到传递价值，说辞基于客户思维

## 五、打造最强狼性营销团队

- 1、信心是黄金：业绩导向，公司要以营销为大
- 2、权力下沉：让听见炮火的人去决策
- 3、用好正反向激励
- 4、懂得造梦：先让销售爱上产品
- 5、现场造势：营造热销氛围促进成交

案例分享/课堂测试/情境演练

## 第二讲 高端住宅项目渠道管控

## 一、渠道营销设计

- 1、标杆房企渠道营销案例分享
- 2、高端住宅项目渠道管理的核心
- 3、高端住宅项目渠道营销设计

## 二、建设高素质渠道团队

- 1、团队的组建
- 2、高端住宅项目渠道人员的来源
- 3、高端住宅项目渠道人员的三个素质
- 4、高端住宅项目渠道人员的配备

## 三、高端住宅项目渠道工作的精细化管理

- 1、行为管控
- 2、拓客手法管控
- 3、邀约管控
- 4、成交管控

## 四、渠道结果管控

- 1、渠道结果管控的四大指标 20 个考核点
- 2、渠道结果管控的三个绩效考核方法

案例分享/课堂测试

## **第三讲 高端住宅项目的圈层营销**

### 一、圈层营销认知

- 1、圈层营销的运转步骤
- 2、圈层客户的开发
- 3、豪宅业主的维护

## 二、圈层营销明显特征

### 1、圈层活动的第一特征

### 2、圈层二次挖掘

## 三、圈层营销实施的 4 个步骤

### 1、建立圈层数据库

### 2、通过活动建立沟通通道

### 3、挖掘圈层客户人脉资源

### 4、建立高效、持续的圈层营销模式

## 四、圈层营销前提

### 1、产品类型和主力客群分析

### 2、目标圈层客群分析

### 3、圈层活动主题方向定位

## 五、圈层构建

### 1、首批圈层客户的开发

### 2、持续开发新的种子圈层客户

### 3、人脉的二次发掘

## 六、划分圈子

### 1、明确项目的产品和客户定位

### 2、圈层细分

## 七、圈层专有渠道

## 八、圈层意见领袖

## 九、圈层活动匹配项目特征

### 1、利用自身配套及资源举办活动

2、圈层活动嫁接

3、圈层活动联办

十、品牌嫁接的核心要素

十一、圈层跨界

案例分享/视频赏析

## **第四讲 高端住宅项目其他营销方式**

一、社群营销

1、社群的硬件、软件基础和运营

2、社群的组建和管理

3、社群的价值和变现

二、微信营销

1、建立微矩阵

2、微信吸粉

3、“置业顾问微信”在营销流程中的运用

4、置业顾问微信激励机制

三、饭局营销

1、饭局营销 4 大目的

2、饭局营销主题及形式

3、饭局营销具体操作流程

4、饭局营销需要关注的 6 个要点

四、客储营销

1、客户画像，锁定目标客户

2、客源渠道及推广

3、客户摸排的必要性

## 五、IP 营销

1、流量为王，持续内容生产的 IP 营销

2、身份认同带来消费的核心驱动力是 IP 营销的基本逻辑

3、IP 要吻合高端住宅项目气质

案例分享/分组讨论

郭朗