

# 《老带新转化倍增提升训练》课程大纲

## 【课程背景】

房地产行业正进入一个长周期，在政策调控场景下，客户成交决定企业发展。现在，开发一个新客户的成本大约是维护一个老客户成本的6倍，而置业顾问60%的业绩是来源于老客户的，老客户的复购和转介绍在营销中的作用越来越大。“客户”成为一种有限资源，而老客户是一种稀缺资源。

市场一变差，老带新就成了房企最爱的销售手段。为啥？因为成本很低，易操作。据了解，一些老带新做到极致的地产项目，成交占比高达60%，某些文旅大盘甚至能做到90%。但也有项目，奖励给得很高，5000元不行给1万，1万不行给2万，而老客户就是没动静，最后花了很大精力，老带新也才做到10%甚至更低，连及格线达不到。同样是老带新，这么悬殊的差距到底是如何造成的？做不好老带新的地产项目，到底错在哪儿了？

老带新做不好，一方面是房企把老客户当成了一次性交易对手，忽视售后服务；另一方面，执行上急功近利，老带新逻辑不清，操作失当。客户成交，必然是被激发出潜意识中良好的感性体验，这种体验是建立在关注老客户和持续的情感维系上。只有真正认识并重视老客户价值，提升客户满意度和服务水平，才能做好老带新营销。

## 【课程收益】

1、通过不同城市房地产项目营销案例剖析，熟知不同方式、不同活动的老带新营销动作的操作技巧和执行细节。

2、引导学员理解房地产营销中老带新模式的活动逻辑，重视老客户价值，关注客户服务和客户情感维系，实现营销中客户复购和转介绍局面良好态势。

## 【授课对象】

房地产中高层次营销管理者、销冠和精英置业顾问

## 【授课课时】

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、课堂演练

## 【课程大纲】

课程导入：

提问：什么是老带新？

案例分享：老带新的核心。

### 第一讲 老带新实操案例解析

案例一：几万业主变身置业顾问

- 1、围绕“客户服务和价值挖掘”，老带新“转起来”
- 2、体系+技巧，业主迁移“线上社区”平台
- 3、提升平台黏性，线上“养粉”增强业主满意度
- 4、“社群+”商业模式，线下收割促转化

案例二：“广场舞大妈”带来奇迹

- 1、“广场舞大妈”的资源梳理
- 2、“优质大妈”资源开发三部曲
- 3、“大妈老带新”的组织架构和考核标准

4、营造社区氛围，间接促进成交

案例三：“霸道女总裁”帮你卖房

1、找到 KOL：能让“霸道女总裁”帮你卖房子的重点

2、KOL 的三种资源类型

3、KOL 转介绍的案场管理与激励

4、“KOL 老带新”进化全民营销的操作技法

案例四：营销售后优质服务促进客户转介绍

1、客户尚未转介绍的两大原因

2、客户体验惊喜的两个小技巧

3、客户资源的二次开发

4、正确对待客户投诉

案例五：有温度的老带新营销动作

1、“尊贵体验”感动老客户

2、“量身定制”惊喜老客户

3、“团购活动”活跃老客户

案例六：重大节日营销老带新

1、老客户分类及心理诱导

2、老客户维系四大策略

3、老客户资源评价及转介绍能力梳理

4、老客户创意活动

案例七：老带新从 50%提升到 95%，怎么办到的？

1、传统老带新效果及执行细节

2、“社群+”老带新效果及链接点

### 3、“合伙人”型老带新效果及运营管理

#### 案例八：“老带新”四大主题活动节点营销动作解析

- 1、病毒营销：客户自发传播，精准导流
- 2、尊崇体验：专宠业主，让羡慕围绕他
- 3、贴心服务：给业主送礼，是门大学问
- 4、竞争 PK：激发客户好胜心，老带新持久有活力

#### 案例分享：20 个项目老带新经典案例营销动作解析

## 第二讲 老带新逻辑梳理

### 一、淡市老带新两大模式

- 1、淡市里客户表现呈现的两大特征
- 2、淡市里老带新的两大模式

分组讨论：淡市老带新怎么操作？

### 二、七步提升老客户价值

- 1、注重客户细分工作
- 2、明确客户需求
- 3、确定合适的客户回访方式
- 4、抓住客户回访的机会
- 5、回访时有效地选择时间段
- 6、利用客户回访促进重复销售或交叉销售
- 7、正确对待客户抱怨

分组讨论：坚持客户回复可以提升老带新转化率，具体如何操作？

### 三、老带新实施的三大策略

- 1、业主资源开发

2、客户成交即开始老带新

3、客户来电来访就开始转介绍

分组讨论：老带新三大策略执行要点

四、老带新转化的驱动力

1、老带新置业逻辑及其背后反映的问题

2、老带新应贯穿整个销售流程

3、老带新意愿度最高的阶段

4、老带新驱动的三大步骤

分组讨论：如何提升老带新转化率

五、老带新渠道营销四大共性原则

1、以客户需求轨迹为核心

2、以产品为客户地图的突破点

3、激发业主成长为 KOL/KOC

4、简单的信息传递基本失效

案例分享/分组讨论：如何实现老带新转化倍增？

六、渠道管理助力老带新三倍转化

1、老带新渠道两大形式

2、老带新渠道三个优势

3、老带新渠道三大关键因素

4、老带新渠道转化四大阶段

课堂演练：分销机构停止带客/售楼处停止老客户活动,你如何应对？

七、老带新困局残局破解之法

1、老带新奖励政策为什么会失效？

2、老带新困局存在的五个问题

3、老带新的两大误区

4、老带新破局四大战法

案例分享：淡市尾盘滞销和三四线城市老带新难以启动破解之法

八、三个层面的老带新提升术

1、老带新现状

2、老带新的前提

3、老带新的五个理由

4、老带新三个层面 12 个提升方法

案例分享：二三四五六线城市老带新高效提升术

九、老带新营销逻辑之道

1、找到老带新的灵魂角色

2、老带新活动能更好传播

3、环境因素影响成交转化

课堂演练：探索适合本项目的老带新路径

**课程回顾和总结**