

爆点营销

>>>> 上篇：爆点营销战略

第一模块：未来房地产走向

- 1、世界经济对中国房地产的影响
- 2、未来房地产市场的营销走势
- 3、地产营销企业及地产人出路在何方

第二模块：爆点营销时代来临

一、一切营销法则都好像失效了

- 1、灭顶之灾：互联网的颠覆
- 2、出位：不出位就出局
- 3、毁三观：自杀重生，他杀淘汰

二、天变了，道变了，营销也要变了

- 1、移动互联网革命信息传播逻辑
- 2、消费者行为模型变革
- 3、营销模式变革
- 4、房地产营销模式变革
- 5、反对伟光正，拒绝大便体

第三模块：痛点营销

一、找到痛点是一切营销制胜的前提

- 1、为什么要挖痛点？
- 2、如何挖客户痛点？

案例 1：大象安全套的成功之道

案例 2：如何挖掘购房者王明的痛点

3、痛点营销标准化操作 7 大流程

4、痛点营销实战落地 28 大工具

二、痛点营销经典案例深度剖析

案例 1：西安贝斯特商贸广场/“老板别哭”

案例 2：中国美林湖/“活在广州不容易”

案例 3：杭州恒基旭辉府/“咸鱼翻身”

案例 4：成都中铁城锦南汇/“女神多是女光棍”

第四模块：痒点营销

一、手痒就想参与

- 1、消费者消费理念的变化
- 2、传统营销是抖得瑟，新营销是露破绽
- 3、参与感三要素

案例 1：郭敬明如何做参与感？

案例 2：韩寒如何超郭敬明？

二、参与营销经典案例深度剖析

- 1、参与营销标准化操作 7 大流程
- 2、参与营销实战落地 28 大工具

- 案例 1：福州香开观海/“填字游戏”
- 案例 2：南宁碧桂园/“报纸变身折纸”
- 案例 3：太原富力/“咻富力项目抢演唱会票”
- 案例 4：恒大御景城/“步步夺金”

三、疯传（病毒）九式和撕逼营销

- 1、造病毒的九大方法
- 2、撕逼营销：为什么要撕？和谁撕？撕什么？
- 案例 1：京东撕逼淘宝
- 案例 2：神州专车撕逼滴滴专车、Uber
- 案例 3：西安长乐府撕逼保利
- 案例 4：海宁星光汇撕逼银泰

第五模块：嗨点营销

一、新闻没有脚 但会自己跑

- 1、从全民狂欢到事件营销
- 2、类型：借势营销和造势营销
- 案例 1：南方都市报“小三门”
- 案例 2：京东刘强东“西红柿门”
- 二、事件营销经典案例深度剖析
- 1、借势/造势营销标准化操作 7 大流程
- 2、借势/造势营销实战落地 28 大工具
- 案例 1：南昌万达城/真马撞宝马
- 案例 2：青岛万达/丢一只羊驼 捡回一个亿
- 案例 3：常州紫韵香庭/借势王宝强离婚营销
- 案例 4：扬州万科/马代拜金女
- 案例 5：南宁恒大御景/姐妹寻亲
- 案例 6：江南万达城/万莉莉 5 万元求包养

>>>> 下篇 爆点战术：女神操刀七部曲

第一模块：流量转化四纵体系

- 1、前期活动预热次流量变现
- 2、中期活动落地主流量变现
- 3、阶段性创新营销节点活动返场流量变现
- 4、后期免费销售回流变现

第二模块：营销活动执行 6 大细节点

- 氛围营造
- 动线合理
- 销售植入
- 信息互通
- 细节把控
- 回访跟踪

第三模块：活动营销本质

1、活动营销四大原则

目的性

计划性

高执行力

可衡量性

2、打造活动营销三大关键力

吸引力

传播力

销售力

3、活动营销基本类型和模式

大事件做“势”影响力

小事件做“市”人气

大事件+小活动营销思路

第四模块：流量转化十横策略

1、销控台前验证获奖信息

2、登记客户资料

3、留客-邀请客户入座

4、筛客-让客户填写调研问卷

5、杀客-营销跑分表/拼团团购协议

6、扩客-参加朋友圈价值千金计划

7、发放客户存折

8、现场抽奖

9、发放礼品，拍照分享

10、流量回流设置

第五模块：五大创新营销工具

1、团购易拉宝

2、调研问卷

3、营销跑分表

4、拼团团购和价格保密协议

5、存折+朋友圈价值千金计划

第六模块：五大创新营销工具

案例1：红星美凯龙头条撕逼 到访5万人 成交1.7亿

案例2：摇一摇 刷人品购物游戏，20万营销费用 成交1.24亿