

# 营销革命—操盘手核爆快销思维暨难点楼盘案例剖析

## 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

### 第六模块：爆点战术七部曲

**21 天打造 3-20 倍成交比铁军！零成本终结低转化！**

1 持续流量释放

2 营销环节植入

3 两类客群挤压

4 销售体系配合

5 流量回流设置

6 阶段性营销高潮节点收尾

7 流量持续运营

### 第七模块：打造爆点

**四维一体策略落地，让客户接触点实效落地**

一、互联网+的房地产策略引爆

二、如何实现房地产营销爆点化

三、流量的本质：**速度/场景/频度/纯度**

案例：冰雪节、美食节、马戏节、水上嘉年华、建材展等活动引爆的注意事项

## **第八模块：流量引爆**

**17天保底上客4000组！售楼部早9点到晚9点人气不断！**

### **五维十步核爆快销**

#### **一、线下引爆，线上放大**

- 1 核心用户群体界定
- 2 事件营销引爆流量
- 3 用户参与分享与病毒式传播
- 4、爆点营销的五大维度
- 5、流量引爆的10大步骤
- 6、流量引爆过程锁客方法
- 7、如何让每场活动都引爆全城
- 8、“回旋飞镖”，起到“传播+回流”的双重作用
- 9、爆品导流营销：超级引爆+案场包装+全网覆盖+流程设计+倍增成交+全能管控

案例：红星美凯龙头条撕逼 到访5万人 成交1.7亿

#### **二、线上引爆，线下放大**

- 1、社交化媒体做话题，做能量
- 2、生活化媒体做落地，做销量

案例：植桂园一场求婚去化从单月不超14套到26天210套

案例：丹东5年滞销盘借势“二师兄身价”带来的旺销

## **第九模块：流量落地**

**周期内让客户主动来访3-4次，提升案场成交比，不用渠道售楼处客户也爆满**

- 一、策划的思维：四纵十横与策划的珍珠项链模型
- 二、前期“次流量”持续变现转化
- 三、后期“主流量”持续变现转化
- 四、免费“流量回流”二次变现转化
- 五、长期“流量运营”多次变现转化

## **第十模块：流量转化**

- 1、案场标准化：十大接待流程与五大创新道具
- 2、从产品价值到用户价值
- 3、流量引爆12法则
- 4、流量转化四大关键
- 5、案场势能与销售动线决定转化成效
- 6、活动营销9大接触点确保转化翻倍

案例：摇一摇 刷人品购物游戏，20万预算 成交1.24亿