



房地产销售业绩倍增的六项修炼及 春节返乡置业营销全攻略(1月27- 28日)

尊敬的_____先生/女士，您好！

房地产销售业绩倍增的六项修炼及春节返乡置业营销全攻略(1月27-28日)将于2018年01月在北京召开。

会议内容

【北京】房地产销售业绩倍增的六项修炼及春节返乡置业营销全攻略(1月27-28日)

【课程背景】

2016年整个全国二、三、四线城市房地产市场竞争空前激烈，房地产供给量严重大于市场需求，客户到访量不足，客户质量不高，传统媒体推广效果不佳，整个房地产市场销售情况异常艰难，房企资金回款压力特别大。2017年我们将面临着巨大的经济危机，行业深度调整。生存还是倒下？转型与创新已成生死“命门”……。目前二、三、四线城市市场低迷存量房体量大，房价波动较小，目前的任务仍然是去库存。返乡置业，寒冬楼市的“一把火”，返乡置业人群成为解决房企库存去化以及资金回笼最重要的群体！面对今年的返乡大潮，开发商需要加快营销手段的创新，如何提升销售团队核心竞争力？如何提升团队业绩，提升楼盘去化率？如何引爆营销智慧？如何打造销售团队？如何引爆疯狂传播？如何引爆潜在客户？如何引爆海量客流？如何引爆有效成交？如何引爆利润秘诀？如何引爆营销颠覆？如何有效展开返乡置业营销，提升春节销售节点市场占有率？等等，都是开发商需要学习的营销新模式。韩老师将会从标杆房企的目标、定位、本质、文化、组织、团队、考核、执行力、拓客、营销模式等角度逐一揭秘。

【课程收益】

- 1、揭秘如何设定令团队业绩倍增的激励机制和高效管控机制？
- 2、解密知名房企如何让客户尖叫的体验式销售接待流程实现客户超高转介率的客户服务系统？
- 3、在传统营销法则失效，传统媒体宣传效果低效的大环境下，如何用新媒体引爆广告传播？
- 4、透露如何打造超级影响力的项目自媒体矩阵？如何实现花小钱，甚至不花钱，引爆传播？
- 5、如何通过活动营销引爆项目传播并实现高效成交转化？
- 6、学会如何引爆客户流量的行销拓十步成渠系统及如何确保开盘销售火爆的关键节点把控？
- 7、掌握行销拓客36计：行销拓客十步成渠+自媒体吸客+拓客12式+客户开拓十大方法。

【授课专家】

韩老师：15年一线品牌地产名企营销高管。曾任职世茂房地产、万达地产、佳兆业地产等一线品牌地产公司营销总监、营销副总。拥有6年房地产营销讲师经历。始终战斗在营销一线的资深实战派地产营销人。目前正在操盘的代理和顾问项目三十九个。IHNMA国际认证催眠师，NLP(身心语言程序学)国际专业执行师。

操盘项目：操作项目类型：大型高端住宅、城市商业综合体、文化旅游项目等。部分项目一览：世茂滨江新城、世茂五里河、世茂诺丁山、万达文化旅游城、佳兆业水岸华府、佳兆业广场、君汇上品、佳兆业中心、红星威尼斯庄园、红星国际广场等。

【课程内容】

第一模块 教练式管理rdc

移动互联网时代是“去管理化”的时代！

- 1、管理者十大危险表现;
- 2、领导者的核心理念;
- 3、领导者的核心任务;
- 4、传统管理者与管理教练区别;5、管理教练的核心价值;
- 6、管理教练的四大能力;
- 7、管理教练的四大步骤;
- 8、不同层级的沟通技巧;

第二模块 精英营销团队打造

打造无管理、自动化运作的超级营销战队!

1、移动互联网时代房地产营销团队设计“四化”

1)平台化; 2)扁平化; 3)网络化; 4)无边化

2、移动互联网时代房地产营销团队设计“四高”

1)高精尖; 2)高绩效; 3)高激励; 4)高淘汰

3、房地产营销人才招聘的黄金法则

1)首富的选才法则; 2)素质冰山模型法则;

3)素质洋葱模型法则; 4)乔布斯用人的六大法则;

5)招募房地产营销人才的原则;

6)识别房地产营销人才的标准;

7)招募房地产营销人才的有效渠道;

8)打通房地产编外营销团队渠道;

4、房地产营销人才面试技巧

1)面试的形式; 2)面试的误区;

3)面试官素质要求; 4)面试考评维度;

5)面试前的准备; 6)STAR面试法;

5、房地产营销团队培训

1)营销培训体系;

2)营销培训形式;

3)营销培训考核方式;6、房地产营销团队激励机制

1)马斯洛需求理论层次分析;

2)双因素激励理论分析;

3)高效激励的动车组理论分析;

4)不同层级员工的激励方法;

5)硬性激励方法; 6)软性激励方法;

7)特效激励手段; 8)终极有效激励方法;

案例：融创地产激励策略

7、房地产营销团队考核机制

- 1)考核指标体系; 2)个人绩效考核;
- 3)团队绩效考核; 4)考核后处理方法;

案例：融创地产考核维度 融创地产督导制度

8、房地产营销团队管控机制

- 1)人员管理; 2)物料管控; 3)资料管控;
- 4)数据管控; 5)部门沟通;

9、房地产营销团队高效管理机制

- 1)管理的三重境界; 2)营销团队用人观;
- 3)营销人才任免原则; 4)阿米巴管理模式;
- 5)内部代理机制; 6)PK对赌机制; 7)众筹机制
- 8)竞拍机制; 9)吞并机制; 10)全员服务机制

第三模块 业绩倍增的销售管理系统

1、打造让客户“尖叫”的销售体验;

1)体验式营销定义

2)体验营销的主要形式及策略

- (1)知觉体验→感官式营销策略
- (2)思维体验→思考式营销策略
- (3)行为体验→行动式营销策略
- (4)情感体验→情感式营销策略
- (5)相关体验→关联式营销策略

3)实施体验营销的四个步骤

- (1)确定体验营销主题; (2)分析设计客户触点;
- (3)搭建体验管理平台; (4)制定计划实施方案;

4)房地产体验营销四大模块

- (1)产品体验 (2)环境体验
- (3)服务体验 (4)活动体验

5)销售全流程客户体验管理;

6)客户体验过程的五感激发;

7)客户体验管理平台构成;

8)客户触点组织体系建立;

9)客户体验触点管理实施保障支持体系;

10)客户接待流程的5大触点打造

(1)进入项目领地; (2)到达入口;

(3)景观示范区; (4)售楼处; (5)参观展示区;案例：龙湖地产以客户体验为基础的销售服务触点管理

绿城地产案场“8S”管理标准

2、房地产营销数据信息管理

1)营销数据信息管理原则; 2)来电、来访渠道分析;

3)认筹信息分析; 4)成交客户与未成交客户分析;

5)成交数据分析; 6)签约数据分析;

7)回款数据分析; 8)老带新数据分析;

9)营销活动分析; 10)营销费效分析;

3、房地产营销客户服务管理

1)不同客户类型心理分析;

2)老客户维系4大策略;

(1)感情维系 (2)价格促销维系

(3)活动维系 (4)老带新维系

案例：金地地产业主权益卡、绿城地产业主维护机制

4、高效营销会议管理

1)高效销售会议法则; 2)高效营销会议九大原则;

3)高效营销会议三个公式;4)销售会议每日主题;

5)销售会议操作原则; 6)销售例会的流程;

7)销售会议创新形式;

5、签约与回款管理

签约与回款管理的20个法则;

第四模块 移动互联网时代的创新策划管理

1、营销费用管控

1)项目营销费用分类;

2)不同项目类型营销费用比例;

3)项目分期总体营销费用比重;

4)房地产营销成本控制目标;

5)营销费用投放效果三大指标;

6)营销费用常规方法;

7)营销费用精细化管理12法则;

8)营销费用使用跟踪监控指标;

9)营销费用投入原则;

10)营销费用预算计划制定;

案例：花样年地产营销费用预警制度；

碧桂园地产营销费用控制原则；

2、活动营销管理 ---从“营销活动”到“活动营销”！

1)活动营销现状; 2)活动营销目的;

3)活动营销类型; 4)活动营销三大要素;

5)活动营销五大方针; 6)活动营销十六字秘诀;

7)活动营销十大法则;案例：红星美凯龙地产营销活动标准化

活动营销标准化案例赏析

3、引爆疯狂传播

1)传统营销传播渠道失效;

2)社会化媒体营销时代来临;

3)社会化媒体营销三部曲;

4)房地产行业投放的主流互联网媒体;

5)项目不同阶段新媒体营销投放策略;

6)社会化新媒体五大特点;

7)打造超级影响力的项目自媒体矩阵;

8)如何引爆新媒体传播?

9)移动互联网时代传播的本质

10)移动互联网时代传播的核心

11)互联网时代传播的方式

12)互联网时代的营销体系

13)互联网时代传播的法则

14)互联网时代新营销流程

案例：中国神盘美林湖地产的营销逻辑;

第五模块 引爆客户流量的行销拓客系统

一、行销拓客十步成渠

1、制定总体目标 2、绘制客户地图

3、优选拓客渠道 4、拓客物料筹备

5、整合分配资源 6、标准执行计划

7、激励考核机制 8、业绩倍增机制9、行政管控机制 10、营销活动把控

二、自媒体疯狂吸客

1、玩转QQ营销 2、玩转微信营销

3、玩转微博营销 4、社交平台营销

第六模块 关键营销节点管理

1、房地产定价策略

- 1)房地产定价的影响因素;2)均价确定应遵循的原则;3)房地产定价目标; 4)房地产定价策略;
- 5)房地产定价方法; 6)价格表制作要点;
- 7)房地产调价策略;

2、开盘筹备管理

1)客户储备

- (1)客户储备要点;(2)主流客户储备方式
- (3)客户储备技术要领

2)蓄客认筹及促销手段

- (1)客户认筹的常用方法;(2)认筹的八大注意事项;(3)储客阶段的促销手段;
- 3)意向客户摸排

- (1)客户摸排六大原则;(2)客户摸排三部曲;

- (3)客户摸排执行六要点;4)客户落位

- (1)客户落位的流程; (2)客户落位战术要领;

- (3)客户落位注意事项;

5)开盘决策的六大核心策略

- 1)开盘目标策略; 2)开盘推售策略;

- 3)开盘时机策略; 4)开盘节奏策略;

- 5)开盘解筹策略; 6)开盘定价策略;

6)开盘检讨

- 1)开盘检讨目的; 2)开盘检讨内容;

3、交房有术

- 1)交房的前提条件; 2)制定入伙工作方案;

- 3)入伙工作节点计划; 4)交房前风险梳理;

- 5)交房前重点准备工作; 6)交房培训与演练;

- 7)交房具体部署; 8)交房突发事件处理办法;

第七模块 春节返乡置业营销策略

- 1、返乡置业客户特征分析;

- 2、返乡置业客户类型分析;

- 3、返乡置业客户画像描绘;

- 4、返乡置业客户地图打造;

- 5、返乡置业营销目标制定;

- 6、返乡置业执行计划安排;7、返乡置业广告投放渠道;

- 8、返乡置业活动形式;

9、返乡置业促销手段;

10、返乡置业客户杀客逼定

11、返乡置业客户拓展策略;

12、返乡置业推售策略

案例：某二线城市春节前爆盘策略分析

【课程说明】

【主办机构】中房商学院

【时间地点】2018年1月27-28日 北京

会议日程

会议嘉宾

会议门票

【培训费用】3800元/人(含培训教材、讲师、现场咨询、茶歇、场地费等)，食宿统一安排，费用自理。

