

营销节点匹配流程汇总

阶段	一级序号	工作事项	起止时间	二级序号	二级工作节点	三级序号	三级工作节点	相关流程			验收流程相应资料	备注	是否重大节点	节点关联关系
								BPM流程	销售费用系统流程	节点结束时间取值流程				
摘牌筹备期	1.1	调研分析	立项后1天—15天	1.1.1	土地调研分析	/	/	/	/	营销事项验收流程	土地概况表、土地调研报告	土地概况表按照公司已有模板（调研分析中如有户型配比建议文件需同步提交）	/	一级
			启动会前30天—前5天	1.1.2	项目前期定位报告	/	/	/	/	营销事项验收流程	项目定位报告	含项目概况、规划要点、市场及竞品分析、定位思路、项目swot分析、目标客群分析、规划设计可行性分析、售价规划、利润等各类经济测算指标。	/	
			立项后11天-15天	1.1.3	产品方案评审	/	/	/	/	营销事项验收流程	项目产品定位报告	本区域市场调研，竞品价值点对比，本体情况，产品建议及研发（建议针对区域的产品局部标准化调整）、户型配比，价格定位等	/	
品牌立势期	2.1	指标确定	土地摘牌前30天—启动会后30天	2.1.1	启动会：确定指标	/	/	/	/	营销事项验收流程	启动会资料	按照公司已有模板	是	一级
				2.1.2	案名申请	/	/	案名申请报告	/	案名申请报告（归档时间）	—	—	/	
				2.1.3	系统建项申请	/	/	新项目营销管理系统建项申请 新项目明源系统建项及产品上线申请	/	营销事项验收流程	项目基础资料（如一页纸）	新项目建项申请报告及项目基础资料提交	/	
				2.1.4	制定项目总控计划	/	/	/	/	营销事项验收流程	项目总控计划、项目运营责任书	按照公司已有模板（含工程节点、开发节点、开发周期等）	/	
				2.1.5	运营目标责任书发起及项目测算（最终签批版）	/	/	/	/	营销事项验收流程	项目运营目标责任书	按照公司已有模板	是	一级
				2.1.6	确定地块首期及后续货量开发计划	/	/	/	/	营销事项验收流程	项目总体规划、货量开发计划表/报告	与工程沟通确定项目各期地块开发时间、明确各地块产品结构及产品货量	/	一级
				2.1.7	年度预算计划	/	/	/	项目年度预算、地区年度预算 (年度预算调整、年度支出计划调整)	营销事项验收流程	项目年度预算计划表、年度营销策略报告	根据项目销售目标进行营销活动、费用计划铺排	/	
				2.1.8	销售人员编制及佣金申请	/	/	销售人员编制及佣金申请	/	销售人员编制及佣金申请（归档时间）	—	—	/	
				2.1.9	来访登记专员确认	/	/	系统管理员/来访登记专员名单确认表	/	系统管理员/来访登记专员名单确认表（归档时间）	—	—	/	
品牌推广方案确定	2.2	品牌推广方案确定	摘牌前15天—摘牌后14天	2.2.1	代理及广告提报	2.2.1.1	代理公司	/	代理销售申请	代理销售申请（归档时间）	—	—	/	
						2.2.1.2	广告公司	/	广告设计费用、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	广告设计费用申请（归档时间）	—	—	/	
				2.2.2	媒体资源整合	2.2.2.1	户外投放方案	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	户外投放方案、相关请款资料	—	/	
						2.2.2.2	围墙广告方案	/		请款验收流程	围墙广告方案、相关请款资料	—	/	
						2.2.2.3	新闻铺排计划	/		请款验收流程	新闻铺排计划、相关请款资料	—	/	
				2.2.3	合作公司招投标	2.2.3.1	活动公司	/	活动执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	营销事项验收流程	活动方案、活动公司资料	—	/	
						2.2.3.2	微信运营公司	/	微信运营费用申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	微信运营费用申请（归档时间）	—	—	/	
形象定位	2.3	形象定位	摘牌前10日—开盘前60日	2.3.1	基础VI类（LOGO及VI）	/	/	/	营销事项验收流程	项目LOGO、VI及演绎	项目形象分析及推广策略分析，项目logo、VI设计及设计说明相关汇报方案、图片	/		
				2.3.2	主形象画面设计	2.3.2.1	广告设计（投放类物料定稿）	媒体资源申请单	/	营销事项验收流程	项目主形象设计方案	项目主形象需提供相关演绎、整体项目设计理念文案，如有阶段性主画面调整，需进行投放与画面更新	/	
				2.3.3	品牌影视制作/3D影视前期制作	2.3.3.1	3D影视制作定稿	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	方案及成片、相关请款资料	影视片制作方案、供应商资源、费用报告、影视片制作方案及成片	/	
				2.3.4	自媒体建立（微推广平台/富力好房）	/	/	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	自媒体搭建及运营方案、相关请款资料	运营方案及各自媒体宣传效果分析、如涉及特殊资源，请以附件形式提供	/	

营销节点匹配流程汇总

阶段	一级序号	工作事项	起止时间	二级序号	二级工作节点	三级序号	三级工作节点	相关流程			验收流程相应资料	备注	是否重大节点	节点关联关系
								BPM流程	销售费用系统流程	节点结束时间取值流程				
品牌立势期	2.4	展厅及示范区方案制定	摘牌前10天—展厅开放	2.4.1	示范区包装方案上报	2.4.1.1	样板房及看楼动线设置建议	/	销售中心、样板房软装费用申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	营销事项验收流程	样板房、看楼动线设计及施工方案	规划方案、设计理念、装修风格、展示内容及装修费用标准、供应商资源	/	一级
						2.4.1.2	工法展示区设置建议			营销事项验收流程	工法展示区设计及施工方案	展示内容,工法说明,工艺材质、费用、相关图片等、供应商资源、智能化展示	/	
						2.4.1.3	销售中心设置建议			营销事项验收流程	销售中心设计及施工方案	规划方案、设计理念、装修风格、展示内容及装修费用标准、供应商资源	/	
				2.4.2	城市展厅方案	2.4.2.1	展厅选址方案	/	/	营销事项验收流程	展厅选址方案	展厅选址方案建议及铺排	/	
						2.4.2.2	展厅装修方案	/	/	营销事项验收流程	展厅装修方案	设计理念、装修标准及风格	/	
						2.4.2.3	展厅模型方案	/	/	营销事项验收流程	展厅模型方案	模型及相关费用等	/	
				2.4.3	沙盘模型	/	/	/	沙盘模型费用申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	沙盘模型方案、相关请款验收资料	区域模型、项目沙盘、户型模型等的的尺寸,比例,工艺材质,费用,展示效果,相关图片、供应商资源	/	
				2.4.4	城市展厅开放活动	2.4.3.1	城市展厅开放活动	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	城市展厅开放活动方案、相关请款验收资料	—	是	一级
						2.4.3.2	城市展厅开放日常暖场活动	/	/	请款验收流程	暖场活动方案、相关请款验收资料	—	/	
				拓展蓄客期	3.1	拓客方案	开放前6个月—开盘前3个月	3.1.1	拓客方案确定	/	/	/	场外渠道人员申请	营销事项验收流程
3.1.2	拓客礼品类(文化衫/礼品袋/雨伞等)	/	/					/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	拓客礼品、相关请款验收资料	宣传单张、手册、礼品袋、果篮、礼品卡、文化衫、外拓桌椅、便携音响等拓客礼品/物料设计及制作规格,制作工艺,数量需求等,总礼品费用大表	/	
3.1.3	拓客物料类	/	/					/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	拓客物料、相关请款验收资料		/	
拓展蓄客期	3.2	拓客管理	摘牌后15天内—持续	3.2.1	制定拓客管理制度、实施拓客培训	/	/	/	/	营销事项验收流程	拓客管理制度、方案、培训图片	—	/	
				3.2.2	拓客口径及说辞	3.2.2.1	拓客口径指引规范	/	/	/	营销事项验收流程	销售口径及道具	项目价值点梳理、销售说辞、百问百答、项目推介PPT等	/
				3.2.3	拓客工作总结分析	/	/	/	/	营销事项验收流程	拓客工作总结分析	对拓客过程中效果、覆盖人群、部署不足或优点等工作分析	/	
				3.2.4	二三级联动	/	/	/	渠道分销申请	渠道分销申请(归档时间)	—	—	/	
	3.3	示范区包装准备	定案后3天内—定案后10天	3.3.1	示范区包装方案	/	/	/	/	营销事项验收流程	示范区包装方案	示范区范围,售楼部及样板房选址,看楼动线设计、相关口径、规划图、含水系及周边景观休息区等	/	
			3.3.2	商业街包装方案	/	/	/	/	营销事项验收流程	商业街设计及包装方案	商业街橱窗、小品、时花等包装,展示效果、供应商资源	/		
推广炒作期	4.1	策略准备	开盘前60天—开盘前1天	4.1.1	确定营销执行策略	/	/	/	/	营销事项验收流程	营销执行策略PPT	销售目标铺排及推货策略,分解各阶段指标及推广方案(含线上和线下执行方案),营销推广/拓客等,营销费用等	/	
				4.1.2	制定认筹方案	/	/	/	/	营销事项验收流程	认筹/销售执行方案	认筹时间、认筹任务,阶段指标铺排、来电call口径、认筹方式及人员培训、认筹结果分析、结合销售方案、指定相对应的销售方案和打法搭配	/	
				4.1.3	确定价格输出口径	/	/	销售价格审批表、定价流程、调价流程	/	营销事项验收流程	认筹阶段价格输出口径		/	
	4.2	示范区开放准备	广告投放前30天—示范区开放当天	4.2.1	产品发布会	/	/	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	发布会执行方案、相关请款验收资料	活动执行方案,活动预演、邀约的嘉宾,场地布置,活动照片,前宣后宣,费用,活动总结等	是	一级
				4.2.2	广告投放	/	/	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	媒体宣传铺排计划、广告投放、相关请款验收资料	全年/月度媒体宣传铺排表、传统媒体、新媒体推广铺排及费用汇总表,当地大V资源名录,画面展现;阶段性媒体宣传主题专项方案,如网络媒体、电视台、户外大牌、公交车广告、道闸广告、道路指示牌广告等	/	
				4.2.3	推广费用使用效果监控及动态调整	/	/	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	营销事项验收流程	推广效果分析	—	/	
				4.2.4	示范区包装执行跟进	/	/	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	示范区包装图片、相关请款验收资料		/	
				4.2.5	示范区开放活动(销售中心、样板房)	/	/	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	示范区开放活动方案、相关请款验收资料	1.销售人员安排、销售接待流程、销售培训及对外输出口径、客流量分析 2.活动执行专项方案、活动执行资源、执行费用、人员分工及布置,前宣后宣,活动效果总结	是	一级

营销节点匹配流程汇总

阶段	一级序号	工作事项	起止时间	二级序号	二级工作节点	三级序号	三级工作节点	相关流程			验收流程相应资料	备注	是否重大节点	节点关联关系		
								BPM流程	销售费用系统流程	节点结束时间取值流程						
推广炒作期	4.3	拓客执行	持续	4.3.1	看楼巴租赁执行	/	/	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	看楼车	看楼车样式、包装、费用标准及供应商资源	/			
				4.3.2	拓客阶段性成果分析	/	/	/	/	营销事项验收流程	拓客阶段性成果分析报告	阶段性拓客措施进行效果分析、数据分析	/			
				4.3.3	拓客物料出街效果验收	/	/	/	/	营销事项验收流程	拓客物料出街照片	—	/			
				4.3.4	外展点效果分析与排布调整	/	/	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	营销事项验收流程	外展点推广方案、外展点效果分析	外展点铺排方案、人员配置、来访认购效果、调整方案	/			
开盘冲刺期	5.1	强推广与集中蓄客	开盘前60天—开盘前1天	5.1.1	多媒体二次强推广	/	/	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	媒体宣传铺排计划、广告投放、相关请款验收资料	全年/月度媒体宣传铺排表、传统媒体、新媒体推广铺排及费用汇总表,当地大V资源名录,画面展现;阶段性媒体宣传主题专项方案。如网络媒体、电视台、户外大牌、公交车广告、道闸广告、道路指示牌广告等	/			
				5.1.2	开盘前集中蓄客策略	/	/	/	/	营销事项验收流程	集中蓄客策略方案、蓄客口径	—	/			
	5.2	客户落位梳理	认筹后—开盘前	5.2.1	分楼栋分户型梳理客户认筹情况 需在节点界面看到认筹方式、认筹数、时间等	/	/	/	/	营销事项验收流程	客户落位梳理表	根据认筹情况进行楼栋落位梳理,做好开盘推准准备	/	一级		
	5.3	开盘准备	摘牌后1天~开盘前14天	5.3.1	开盘方案制定	/	/	/	/	/	营销事项验收流程	开盘活动方案	活动执行专项方案、活动执行资源、执行费用、人员分工及布置,前直后直,活动效果总结	/		
				5.3.2	确定开售产品、制定价格及逼客策略	/	/	销售价格审批表、定价流程 调价流程、付款方式申请	开盘促销计划	营销事项验收流程	定价及开盘促销优惠	产品价格体系制定、定价策略、定价方案、价格表;开盘优惠折扣、口径输出,现场逼客手段;多样化促销手段,针对不同客群指定相对应的激励方案	/	一级		
				5.3.3	开盘物料制作与准备	/	/	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	开盘物料、费用铺排表、相关请款验收资料	—	/			
				5.3.4	开盘活动 开盘签到数、开盘当天认股金额、去化率等	/	/	/	执行预算申请、独家资源申请 (预算调整、预算释放、合同、核价、特殊费用申请、请款)	请款验收流程	开盘活动照片、各类销售文书、相关请款验收资料	开盘当天活动情况、各类销售文书、开盘数据等	是	一级		
	持续销售期	6.1	开盘总结	开盘结束当日—开盘结束后3天	6.1.1	开盘工作总结及调整建议	/	/	/	/	营销事项验收流程	各板块开盘总结	开盘情况、成交/未成交客户分析、开盘经验总结、费效比等	/	一级	
6.1.1.1																推广板块
6.1.1.2																产品定价板块
6.2		持销期策略	开盘结束当日—持续	6.2.1	持销期阶段性营销策略	/	/	优惠政策申请、促销方案请示报告	半年度促销计划	营销事项验收流程	阶段性营销执行策略	销售目标铺排及推货策略,分解各阶段指标及推广方案(含线上和线下执行方案),营销推广/拓客等,营销费用等	/			
															6.3.1.1	调价
6.3		价格调整	推售前10天—持销期	6.3.1	余货的价格或优惠调整	/	/	促销类请示报告	/	/	促销请示报告(归档时间)	—	—	/		
																6.3.2
6.4		新品加推	新品加推期	6.4.1	新品加推 1.需在节点界面看到认筹方式、认筹数、时间等 2.开盘签到数、开盘当天认股金额、去化率等	/	/	销售价格审批表、定价流程	开盘促销计划	营销事项验收流程	定价及加推促销优惠方案、策略报告	产品价格体系制定、定价策略、定价方案、价格表;开盘优惠折扣、口径输出,现场逼客手段;多样化促销手段,针对不同客群指定相对应的激励方案	是	一级		
尾盘收官期	7.1	项目复盘	售罄前1月—前1周	7.1.1	操盘总结报告	/	/	/	/	营销事项验收流程	营销复盘报告	项目开发周期、各阶段营销指标完成情况,营销模式总结,主要营销突破动作,线上线下各类客户渠道费效分析,今后操盘此类项目建议。	/	一级		