

## 案场力

### 1、案场故事线线索设计

#### ① 客户类别抗性分析

提前判断客户抗性,通过案场接待消灭或弱化抗性,提高转化率

客户类别抗性分析表				
/	区位抗性	规划抗性	户型抗性	配置抗性
客户类别 1				
客户类别 2				
客户类别 3				
得出客户当前最大的冲突矛盾:				

#### ② 案场故事线推演: 设定故事主题(让客户有深刻的记忆点)

——故事线主张推演

故事线主张推演表		
/		内容
城市空间	城市空间小主题	
	亮点模块讲解点	
生活空间	生活空间小主题	
	亮点模块讲解点	
家庭空间	家庭空间小主题	
	亮点模块讲解点	
群体空间	群体空间小主题	
	亮点模块讲解点	
推演出案场核心故事主张:		

——故事线先后顺序推演(与客户的博弈策略,先讲什么后讲什么,才能抓住客户心理,把案场主张/购买理由植入客户大脑,最大化的让客户吸收认同点)

主题先后顺序推演(客户接收反映)			
/	主题	时长	效果
排序 1			
排序 2			
排序 3			
排序 4			
排序 5			

售楼部空间点位勘察表			
/	面积/场景	时长	主题
品牌			
区位			
沙盘			
户型			
样板间			
洽谈区			

故事线索+空间点位合二为一，推演出整条案场故事线（从主题设计、空间分布、讲解时长以及讲解点进行闭环）