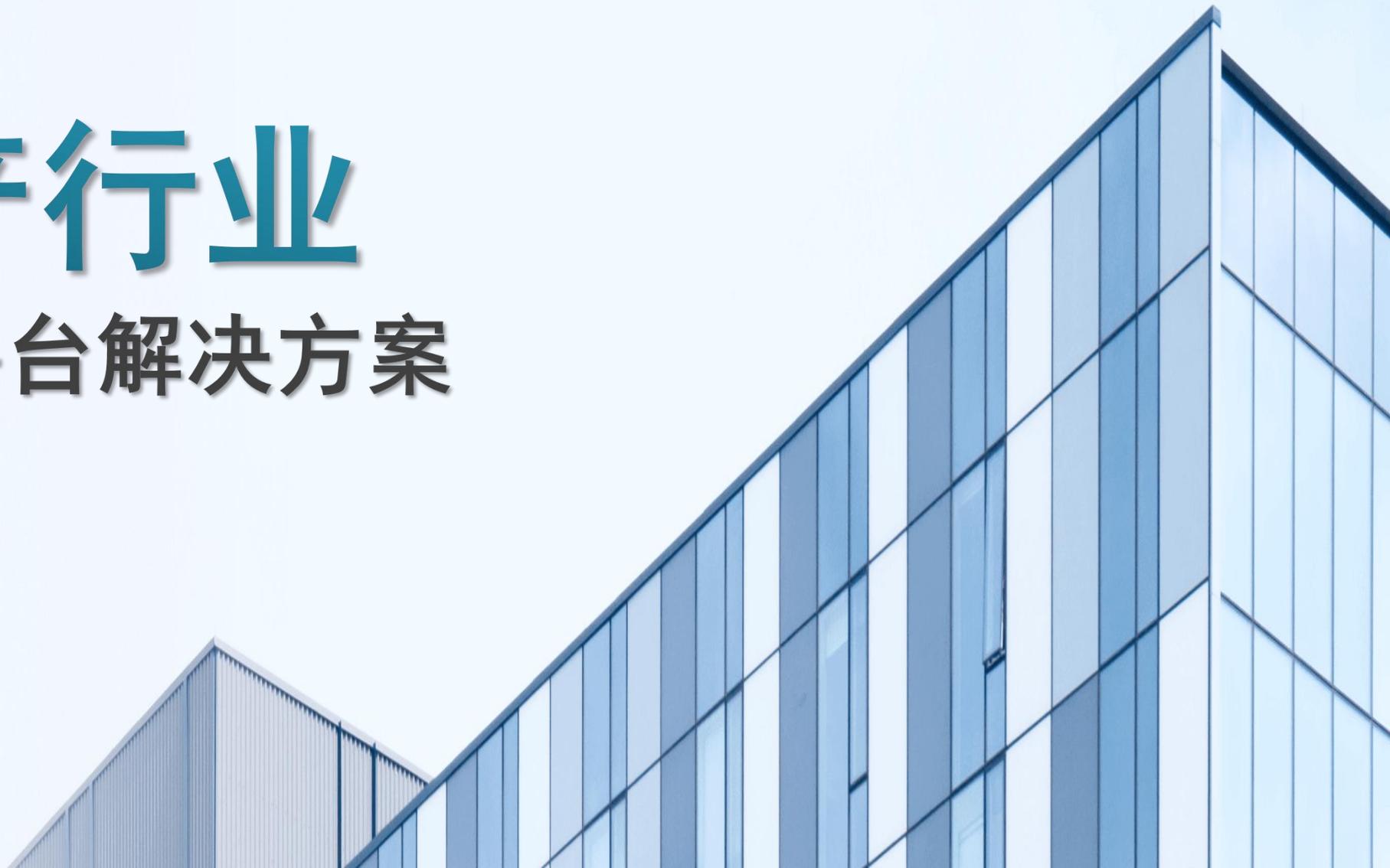


房地产行业

线上营销平台解决方案



目录 CONTENTS



01

行业概况

02

经营痛点

03

解决方案

01

行业概况





供给告别“黄金时代”

在国家政策的调控与监管压力下，房地产行业已全面告别飞速发展的“黄金时代”，逐步步入供大于求的存量时代。

原有发展模式受到极大挑战，转型压力巨大。

同时，行业整合加快，资源进一步向拥有更强综合实力的房企集中。

无论是面临利润下行压力的大型房企，还是面临淘汰风险的中小企业，都在积极转变发展思路，房地产业的竞争重心正从土地、资金等资源获取转变为精细化运营。

行业龙头生态图谱

在政策利好、房地产企业积极谋求转型的背景下，
中国正在形成一个涵盖房地产开发、建造、营销等各个环节的完整房地产科技生态圈。



中小地产企业的客户画像

本土区域开发商

只做某一地区的楼盘开发。
例如：东莞的“鼎峰”。



区域连锁二手中介

只在某区域或者特定楼盘区域做二手中介。
例如：重庆“到家了”。



本土物业公司

某地区的物业公司。
例如：广州的“富景物业”。

1. 供给告别“黄金时代”

房地产行业已全面告别飞速发展的“黄金时代”，逐步步入供大于求的存量时代，近年来行业整体利润水平呈现下滑趋势。

越来越多房企开始将重心转向存量市场，通过在运营环节提供增值服务提升盈利水平。

图1：A股房企核心利润增速整体下滑



(数据来源：中国指数研究院)

2. 行业马太效应显著

根据中国指数研究院公开数据，2019年百强企业市场份额已超七成，TOP10企业市场份额近三成。头部房地产企业在土地、资金等方面资源获取和话语权优势明显，马太效应显著。

行业整合格局下，中小企业更需摒弃以往粗放式的发展模式，转型精细化运营，在监管收紧和行业竞争加剧的环境下谋求生存。

图2：头部房地产企业市场份额显著扩大



1

智慧开发

大数据时代，**算法和互联网数据技术**能够帮助房地产企业更充分地利用各类数据，更准确地估计地产的价值，从而做出更明智的投资决策。如购房者资料、楼盘信息、交易记录之外，还包括网络浏览痕迹、搜索关键词、手机位置信息等。

2

智慧营销

借助互联网技术，开启数字化营销新篇章。房地产企业能够实现精准化、差异化的营销策略，降低获客成本，提升推广效果。

3

智慧运营

在房地产相关领域，**物联网技术**具有广阔的应用前景。例如，居家时，当灯光系统检测到用户开始休息，空调、冰箱等电器将自动进入省电模式，当智能门锁检测到用户离开，屋内水电自动切断，从而避免漏水、火灾等安全隐患。

02

经营痛点



受品牌影响大

消费者更信任大品牌房企，
房企行业马太效应明显。

获客成本高

房地产对于大多数人来说属
于低频需求，APP打开率低；
且专业平台竞争激烈，精准
获客成本高。



互动成效低

电话、短信等推销方式，客户只能
被动接受信息，拓客和留存率低。

推广方式单一

线下推广靠地推、传单等，
形式单一，且耗时费力，难
以触达潜在客户。

缺乏运营管理

客户线索杂乱、难以筛选；
客户资源分配不合理，转化
低；盲目营销，投入大，回
报少。

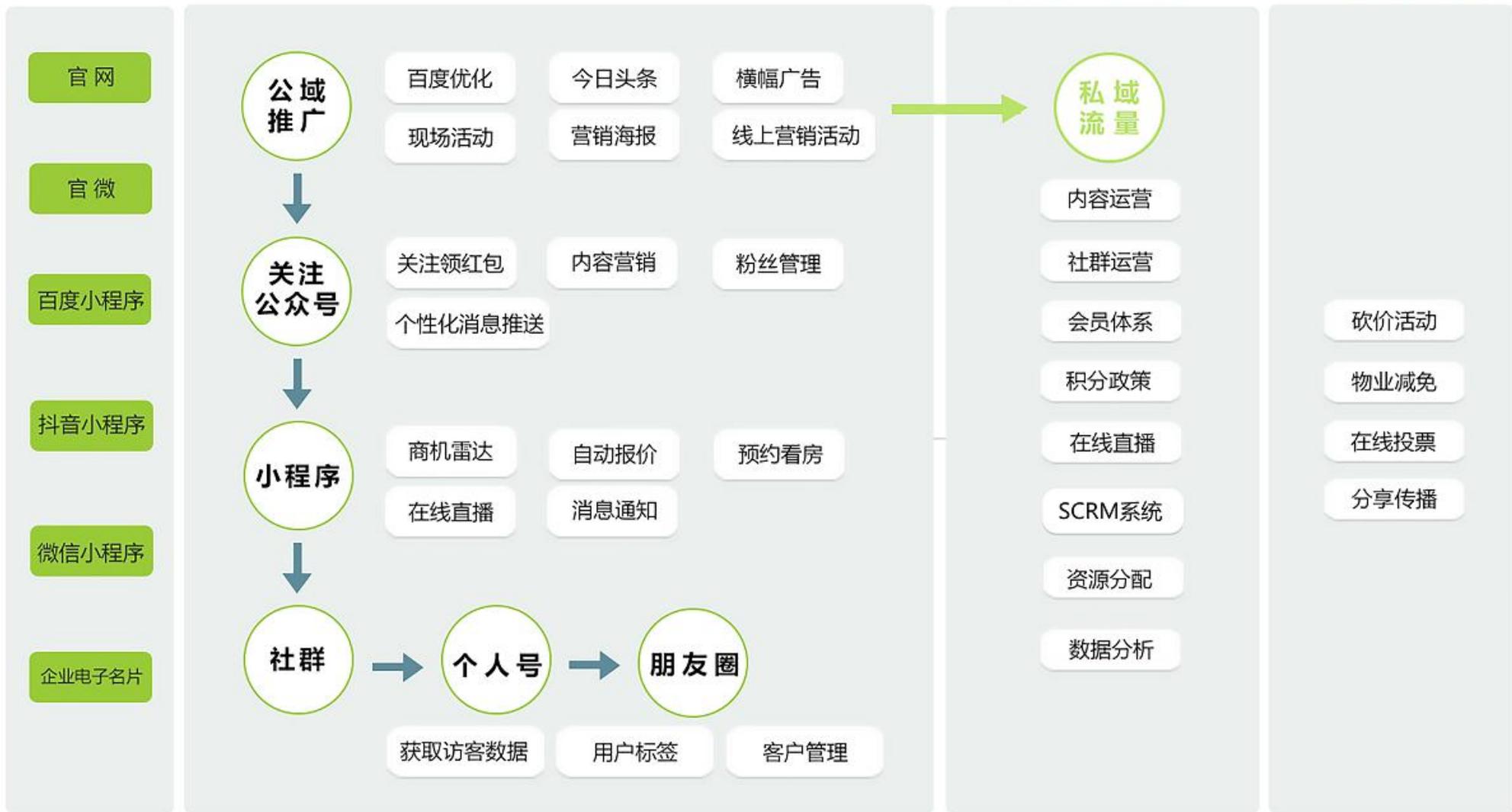
03

解决方案



房地产行业解决方案全景图

品牌建设 → 精准获客 → 线下转化 → 客户留存 → 分享裂变



企业品牌代表企业形象，是获取消费者信任的基础，直接影响后期转化率。



案例背景

A地产企业是**市的知名地产商，由于商业规模的扩大，业务已延伸至其他省市。但是由于缺乏全渠道的品牌体系宣传，导致在外省知名度低，客户持怀疑观望的态度。



运营思路

- 搭建全渠道企业品牌体系
- 全渠道矩阵式品牌曝光

搭建全渠道品牌体系



企业官网

 企业网站



企业官微

 公众号助手



百度小程序

 轻应用小程序



抖音小程序



微信小程序



企业电子名片

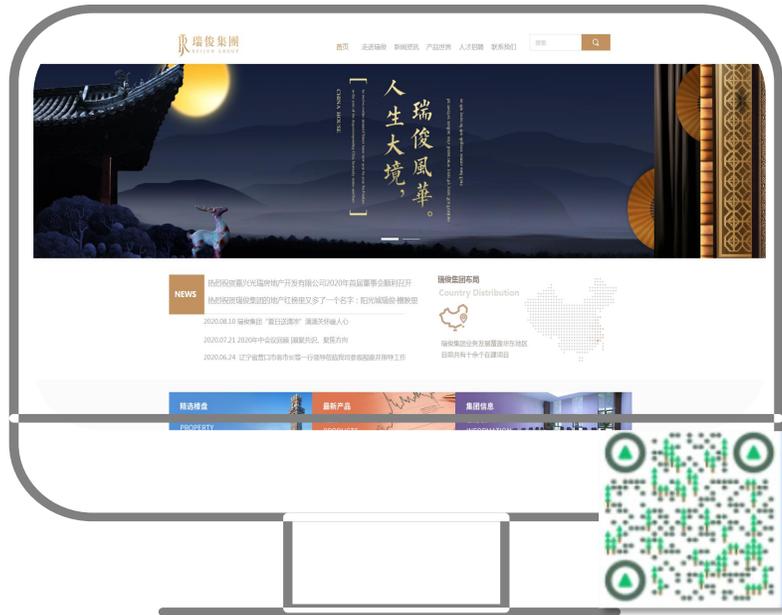
 销售系统

全渠道曝光企业品牌，展示品牌形象和产品信息，获得消费者信任。

品牌建设



搭建效果展示



企业官网

企业网站：PC官网，百度优化引流曝光



官方公众号

公众号助手：粉丝标签化，准确下放消息

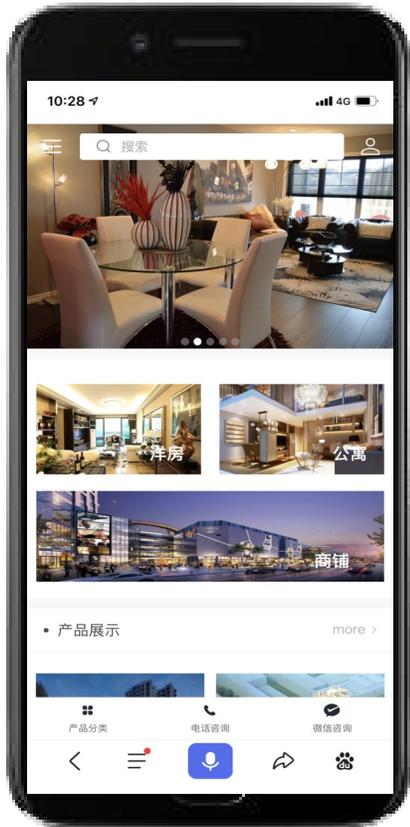


对外电子名片

销售系统：自带社交裂变的智能名片，打造个人IP

搭建效果展示

轻应用小程序：同时覆盖3个终端小程序，实现最大化品牌曝光和流量获取。



百度小程序



今日头条小程序



微信小程序



流量是一切生意的前提，那么，客从何处来？
又怎样实现转化呢？

无论线上还是线下



案例背景

B中介地产正在推广一新楼盘，目前推广方式是在地铁口发传单宣传，人力成本投入大，精准获客数量少。



运营思路

- 从公域平台引流到私域流量池
- 在私域矩阵内进行精准营销转化



01

02

03

04

公域推广

- 百度优化 (企业网站)
- 今日头条 (轻应用程序)
- 现场活动 (传单+营销活动)
- 社交广告 (销售系统)
- 营销海报 (云设计)
- 线上营销活动 (传单+营销活动)

引导关注

-  (公众号助手)
- 关注领红包
- 内容营销
- 粉丝管理
- 个性化消息推送

预约看房

-  (轻应用程序)
- 进入小程序
- 获取客户线索
- 自动报价
- 在线直播
- 预约看房
- 消息通知

私域运营

-  (销售系统)
- 社群、个人号、朋友圈
- 用户画像
- 线索追踪

精准获客转化



第一步：公域推广

多渠道的公域推广能快速积累客群，最大化曝光品牌和房源信息。



百度优化

企业网站：提高百度搜索排名



抖音/头条小程序

轻应用小程序：多终端获取流量



线上传单

微传单:精准传播，数据全面



商机雷达

销售系统：好友分享，信任度更高



营销海报

云设计：精美营销海报



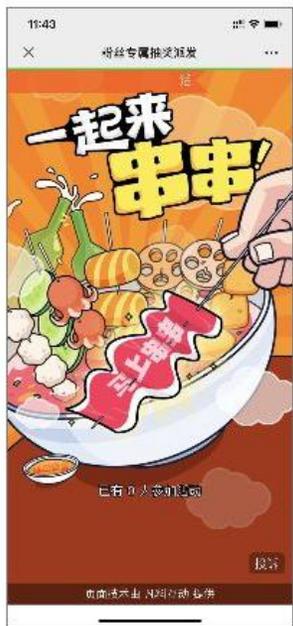
线上营销活动

营销活动：分享传播获取更多流量

精准获客转化



第二步：引导关注



进入活动



到达成绩页



弹出关注弹窗



扫码进入关注公众号页面



从公众号内打开活动
需客户在公众号内设置自动回复或设置公众号菜单



直接进入成绩页
直接从活动预览窗进入活动也会直接显示成绩页



进入抽奖流程
注：有过抽奖行为后，后续进入活动页面将不再直接进入成绩页面

引导流量从公域到私域

营销活动+公众号助手：参与楼盘营销活动，强制关注公众号，参与抽奖，在跳转至公众号核销，有效留存客户。

第二步：引导关注

内容运营，沉淀潜客

公众号助手：对活跃粉丝自动推送消息，在公众号内进行精细化内容运营，有效触达目标潜客，再次提升潜客对楼盘的信任度。

粉丝关注后推送

支持关注后48小时内任意时间多条消息

- 关注后
「如何成为数据驱动型运营」课程上线，限时优惠6折起
查看更多运营课程 
- 关注1小时
「如何成为数据驱动型运营？」课程最后30名名额，[点击此处报名](#)
- 关注24小时
问卷调查 | 你希望获得哪方面技能的提升? 

每日定时推送

每天定时对48小时活跃粉丝发送消息，支持排重发送，不过度打扰不伤粉

- 每日9:00
今日穿搭 | 秋天最好看的19件风衣都在这儿了! 
- 每日12:00
「今日福利预告」
! 限量200份双11好物，值 !
晚上8点直播间将抽中粉丝送出，记得观看哦~[直播间入口 >>](#)
- 每日19:50
! 双十一专场直播还有10分钟开始 !
! 主播已经在派发了，手慢无~
[直播间入口 >>](#)

消息 视频 服务

星期五



悦秀会 | 荐者有礼，华为 P40Pro 手机等你来领!
4月16日-5月5日，成交有惊喜，到访有好礼。

2021年4月15日



筑百年校区，创教育名片 | 华南理工大学广州国际校区二期项目图书馆...

「好房星期五」 | 锁定越秀房宝直播间，给你看不够... 

精准获客转化

第三步：预约看房

轻应用小程序：
转化神器，线上预约留存，引流线下看房成交



在线直播

开通直播业务，“云看房”让客户直观了解房产布局、周边环境等，实现客户互动与服务销售闭环。



自动报价

通过设定计算值和运算规则，即可在线得出计算结果，轻松满足房屋报价、房贷计算等诉求。



在线预约

在线预约功能满足预约时间、信息采集等使用场景，有效采集客户信息，实现资源价值最大化。

第四步：私域运营

名片接入小程序官网



- 点击跳转，引流官网
- 快速全面传递公司信息
- 高效打造品牌氛围

支持轻应用小程序 支持外部小程序

精细化运营，客情维护尽在掌握

客户标签
多维度构建用户画像

客户变动通知
实时把握客户动向

标签组	客户行业	客户等级
客户标签	互联网科技	核心客户
	汽车 建材	重要 一般
	广告营销	普通客户
	餐饮 出版	

添加客户通知
2020-06-23 12:00:00
微信客户“XXX”已将“销售1组张伟”添加为好友

被删通知
2020-06-25 16:00:00
微信客户“XXX”已将“销售1组张伟”删除

筛选精准客户

销售系统：标签化管理客户，构建用户画像。记录访客行为，把握客户真实意向，筛选高意向客户，进行追踪，促成线下看房交定金。

房产作为大宗消费品，消费者购买时会考虑多方因素，比较谨慎。

需要追踪客户信息，深入挖掘消费者需求，有效留存客户，才能实现最终成交。



案例背景

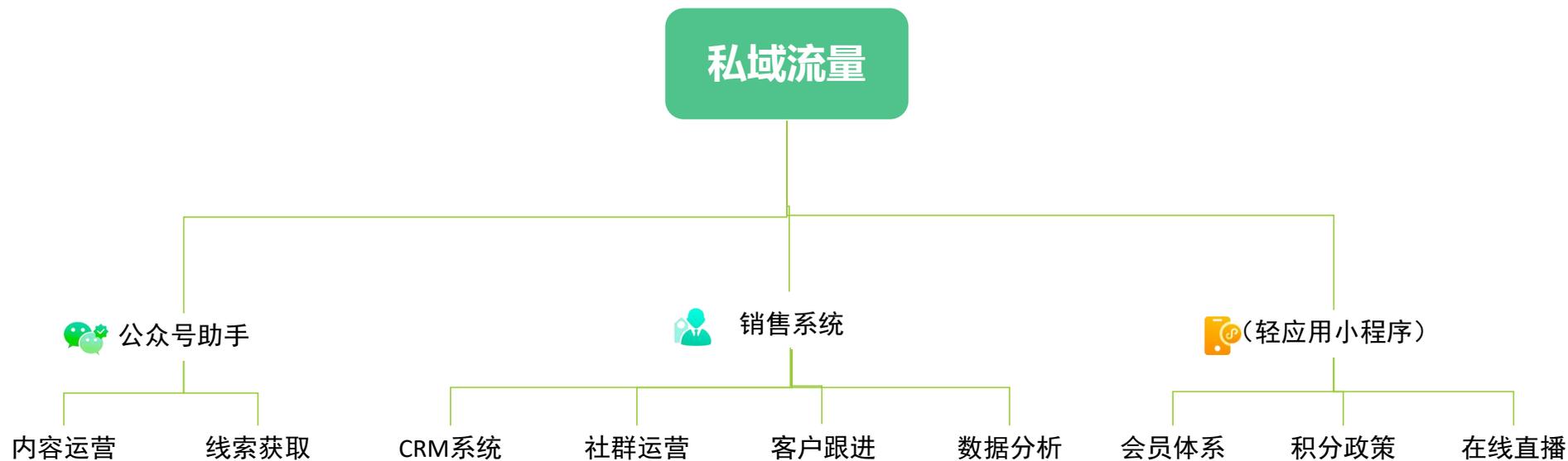
房产作为大宗消费品，客户会横向对比在不同的区域同类型房源，以及找不同的中介进行多家对比，服务跟进没做好的话，客户易流失。



运营思路

- 客户关系维护，追踪客户信息，完善客户画像
- 深入挖掘客户需求，打消客户疑虑，留存客户，促成成交。

运营方案



实现效果

内容运营，持续获取客户信任

公众号助手+销售系统：

打造企业内容矩阵，挖掘客户兴趣点，个性化推送内容，持续获取客户信任，维护客户关系。



实现效果

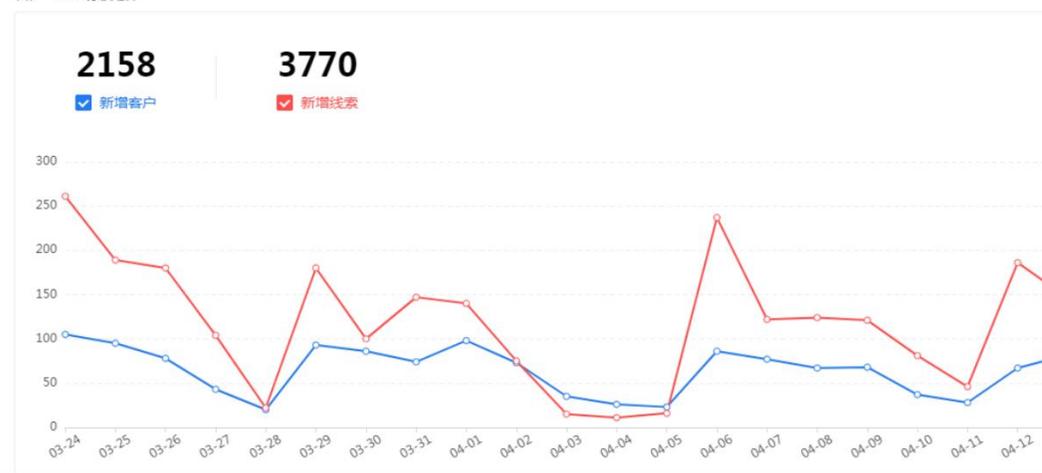
挖掘客户的真实意向：

根据客户留下的操作线索，挖掘客户的需求点，确定客户的真实意向，精确获取客户信息。

分析客户数据，调整营销策略。

序号	姓名/昵称	来源	性别	上传头像	手机号码	跟进日期	跟进日期	跟进日期	操作
1	...	名片	-	-	-	无跟进	2021-04-23 14:23:51	2021-04-23 14:23:51	编辑 分配
2	...	名片	-	-	137*****	无跟进	2021-04-23 14:23:27	2021-04-23 14:23:27	编辑 分配
3	...	名片	-	-	189*****	其他	2021-04-20 10:10:04	2021-04-20 10:10:04	编辑 分配
4	...	名片	-	-	158*****	-	-	2021-04-12 14:06:23	编辑 分配
5	...	名片	-	-	137*****	-	-	2021-04-12 14:06:14	编辑 分配
6	...	名片	-	-	175*****	-	-	2021-04-02 09:09:28	编辑 分配
7	...	名片	-	-	188*****	-	-	2021-04-02 09:09:28	编辑 分配
8	...	名片	-	-	188*****	-	-	2021-04-02 09:09:28	编辑 分配
9	...	名片	-	-	150*****	-	-	2021-04-02 09:09:28	编辑 分配
10	...	文章	-	-	-	-	-	2021-03-31 15:42:08	编辑 分配

客户 & 线索数据



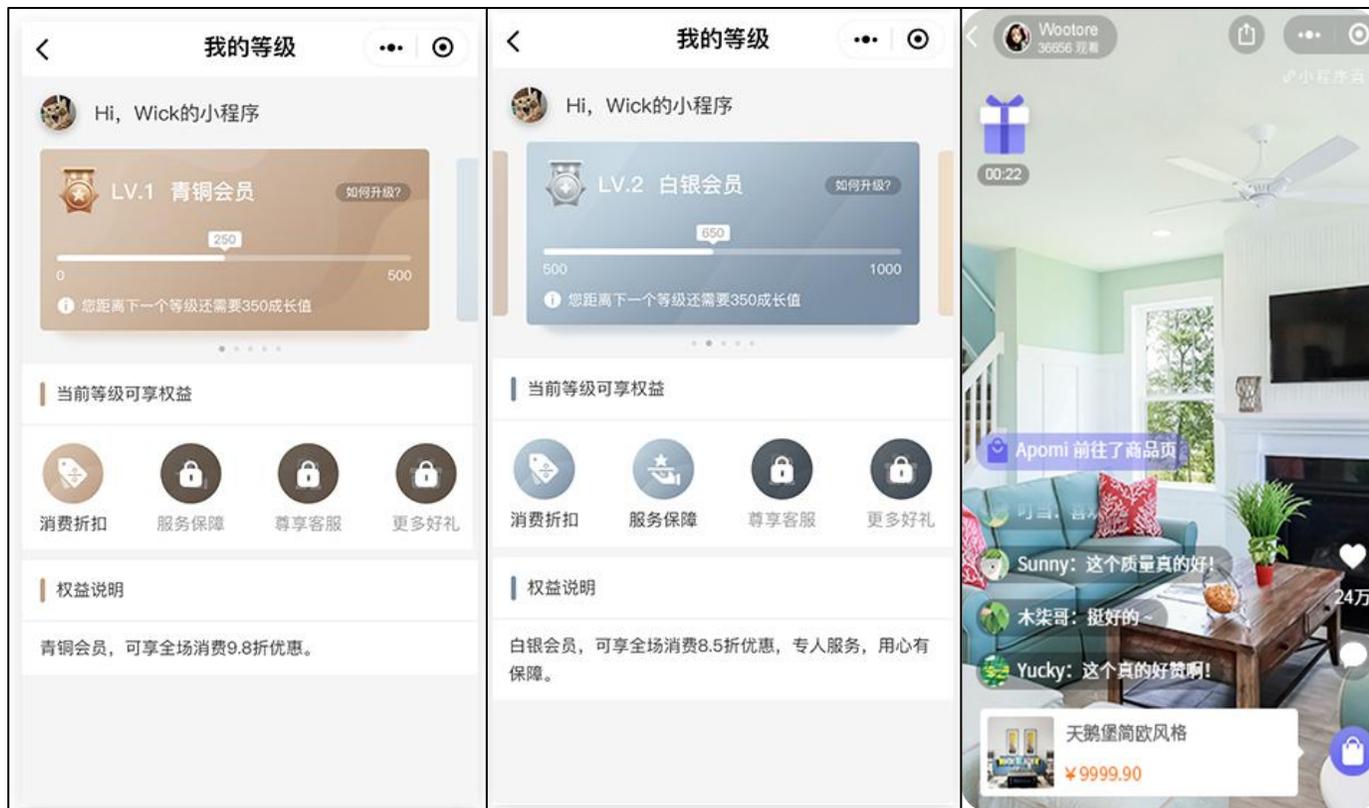
标签组	客户行业	客户等级
客户标签	互联网科技	核心客户
	汽车	重要
	建材	一般
	广告营销	普通客户
	餐饮	出版



建立会员体系，有效留存客户

轻应用小程序：

在小程序内在线直播，反复触达看过房的客户。
并且建立会员体系和积分政策，把已经下定金的客户转化为会员，做好会员客情关怀，给予一定的优惠政策，为成交做铺垫。



统计显示，
重新获得新客的成本是老客户转介绍成本的3倍。



案例背景

D地产公司想通过老客户转介绍的方式
获得新客户。一方面进行品牌传播，
另一方面降低了获客成本。



运营思路

- 维系老客户，发展成为推广员
- 创建分享裂变活动，获取更多客户线索



维系老客户

 (轻应用小程序)

- 推广员
- 集Call点赞
- 拉新成功，物业减免

创建分享裂变的活动

- 在线投票 (营销活动)
- 砍价活动 (营销活动)
- 集赞赢好礼 (营销活动)
- 老带新宣传海报 (云设计)

分享裂变



实现效果

给予推广奖励，
发展老客户成为推广员

裂变推广 快速获客



轻应用小程序:

建立老客户拉新的激励政策: 拉新成功, 给予老客户租房、购房打折优惠。

实现效果



投票活动

最美理想家



宣传海报

营销活动+云设计：

创建可分享裂变的活动，通过老客户发送至朋友圈和社群，捕捉潜在客户。

秒杀活动



趣味活动



感谢观看

期待与您合作



来客手机版
扫码进入



微信扫一扫
关注我们



电子名片
望惠存