

房地产行业

解决方案

(二手房产中介、一手楼盘开发商)



目录 CONTENTS



- 01 行业概况
- 02 经营痛点
- 03 解决方案
- 04 案例分析

01

行业概况



行业政策趋势



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”。

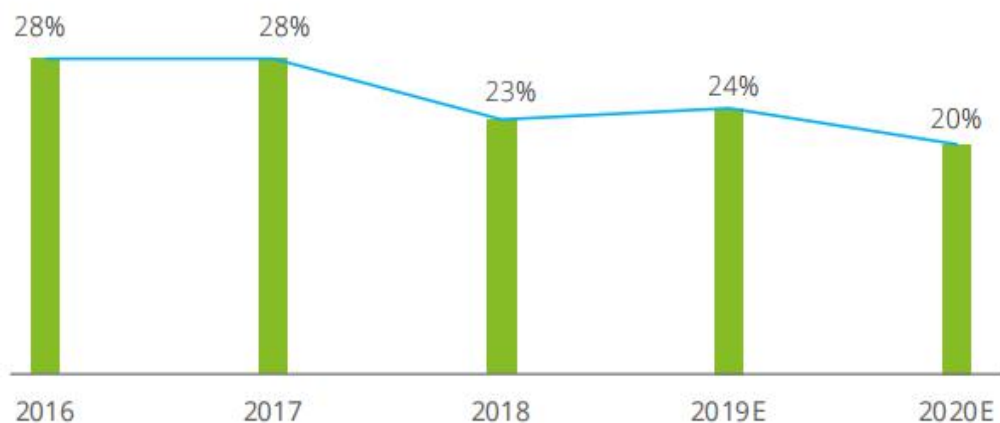
行业现状

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



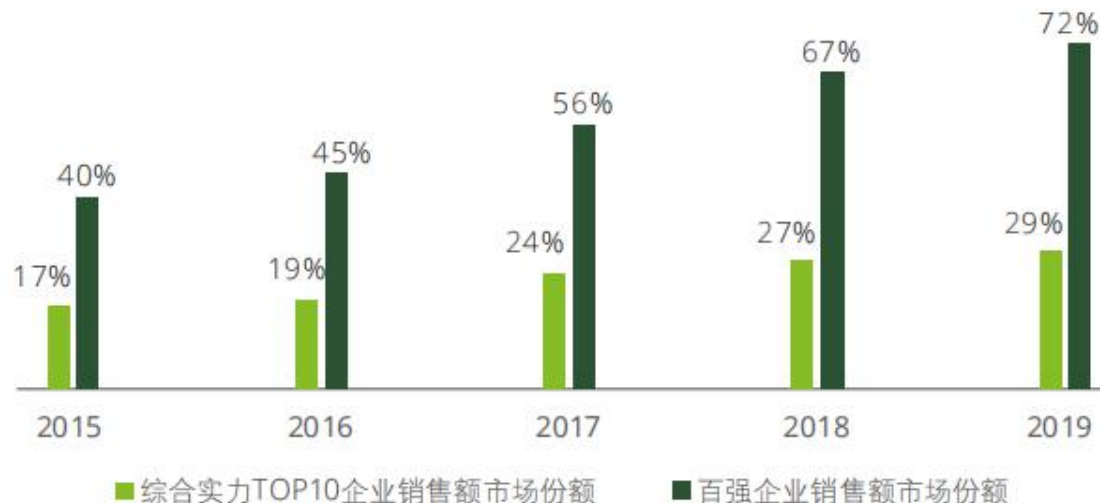
(数据来源：中国指数研究院)

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



发展趋势

智慧开发

1

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。

智慧营销

2

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。

智慧运营

3

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



房地产行业经营痛点

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。

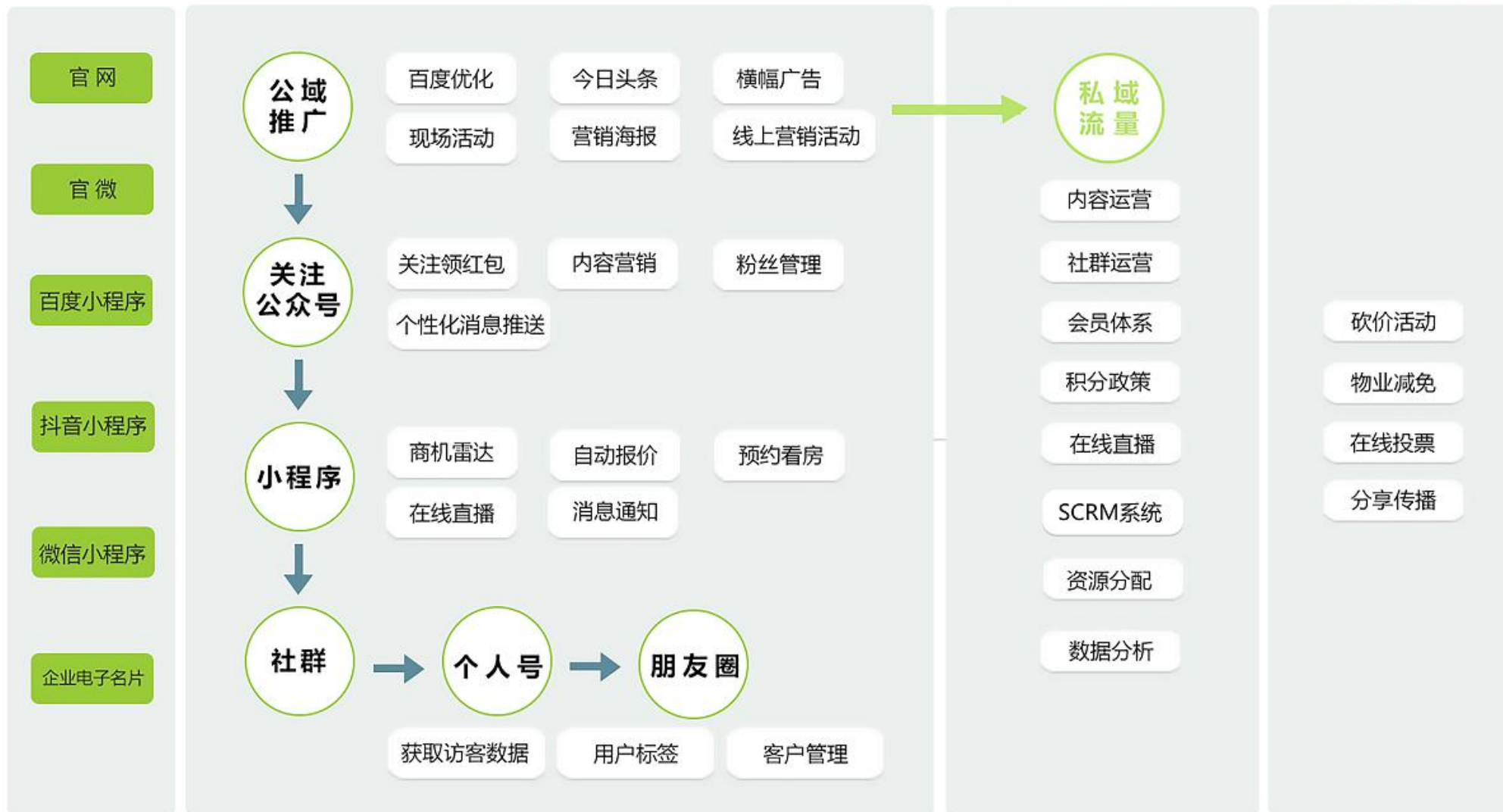
03

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。



品牌建设

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



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



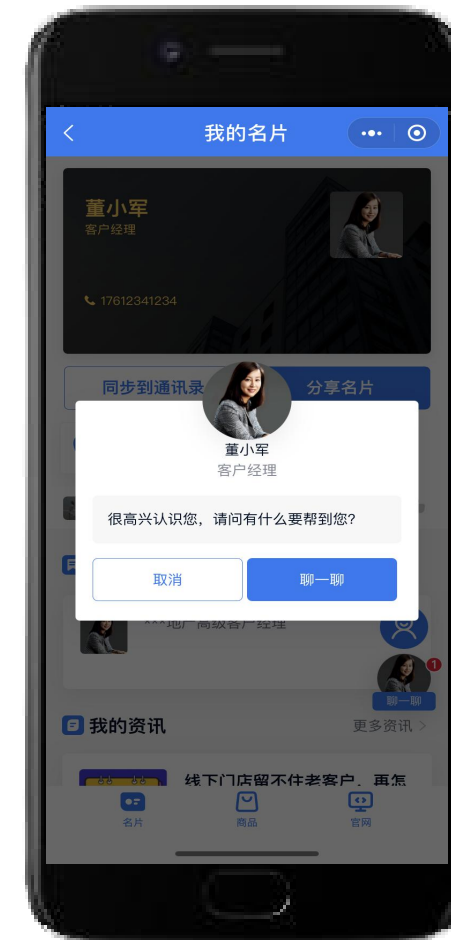
企业官网

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



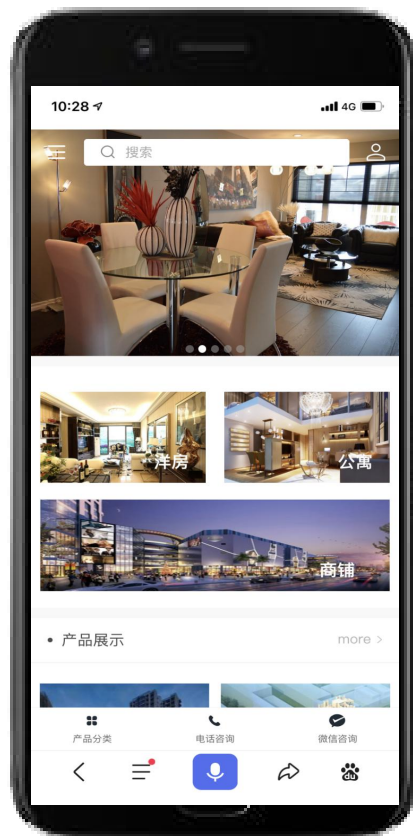
对外电子名片

销售系统：自带社交裂变的智能名片，打造个人IP

品牌建设

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



参考话术

客户：你好，你们的建站可以搭建企业官网对吧？

销售：是的。请问您是想搭建企业官网来树立企业品牌形象对吧？

客户：是的

销售：请问先生这边是做什么行业的呢？我们这边可以根据您的行业，为您提供专属的解决方案，帮您建设全渠道的品牌曝光渠道。

客户：我是做房地产的。

销售：针对地产行业，我们不仅可以帮您搭建企业官网，还可以帮您搭建微信小程序、百度小程序、头条小程序、官方公众号和企业对外的电子名片，在线上全渠道曝光您的地产品牌。一方面可以树立您的企业形象，另一方面提升您的企业知名度。



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



精准获客转化

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

精准获客转化

运营方案



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

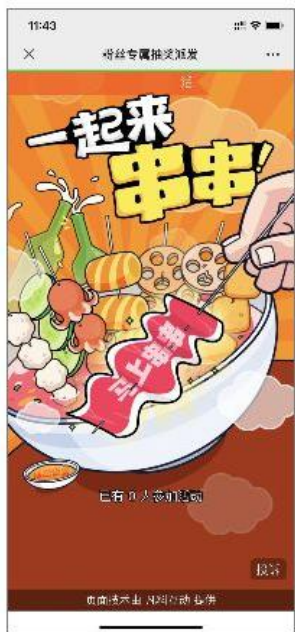


线上营销活动

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。

精准获客转化

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



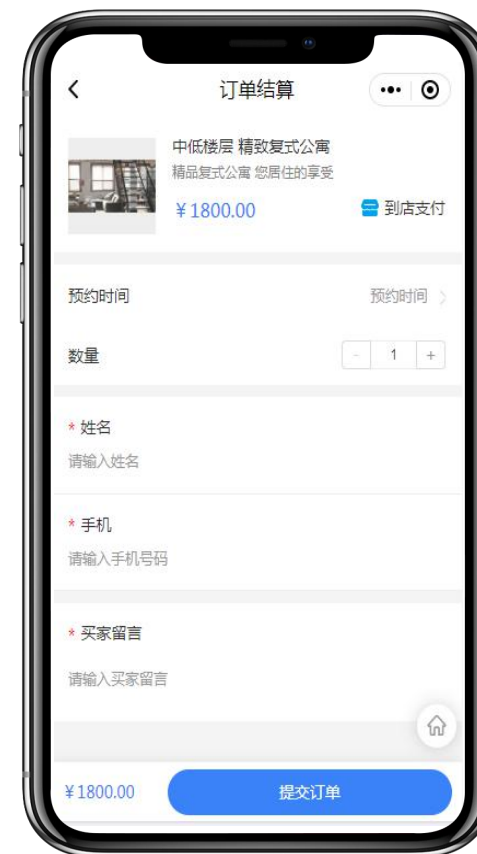
在线直播

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。

精准获客

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
凡科轻站小程序

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

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	

客户变动通知
实时把握客户动向

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。

精准获客转化

参考话术



销售：您好，这边看到您在关注我们的微传单，请问有什么能帮到您的吗？或者您告诉我，您从事的行业，我们会根据您的行业为您提供解决方案哦。

客户：我是做房地产的，想了解一下你们的微传单是怎么发放的。

销售：您是想发放线上传单来获客对吗？

客户：是的

销售：这边我跟您讲下针对地产行业获客的解决方案和能实现的效果。首先，我们可以帮您搭建一个进行线上线下的营销活动，通过线上传单和宣传海报，吸引人群参与活动，活动过程中，曝光我们的企业品牌和房源信息。还能帮您筛选出高意向的客户，通过在线直播、自动报价等功能让目标客户主动预约看房，最后通过线索追踪提醒促成客户看房下定。

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。

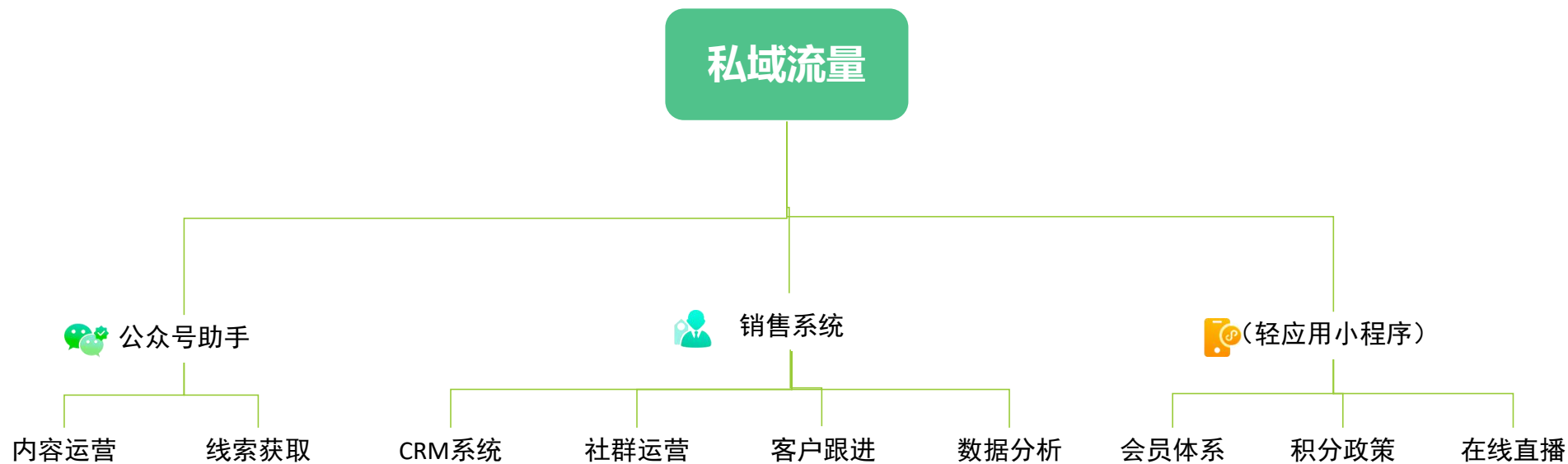


运营思路

- 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。

客户留存

运营方案



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。



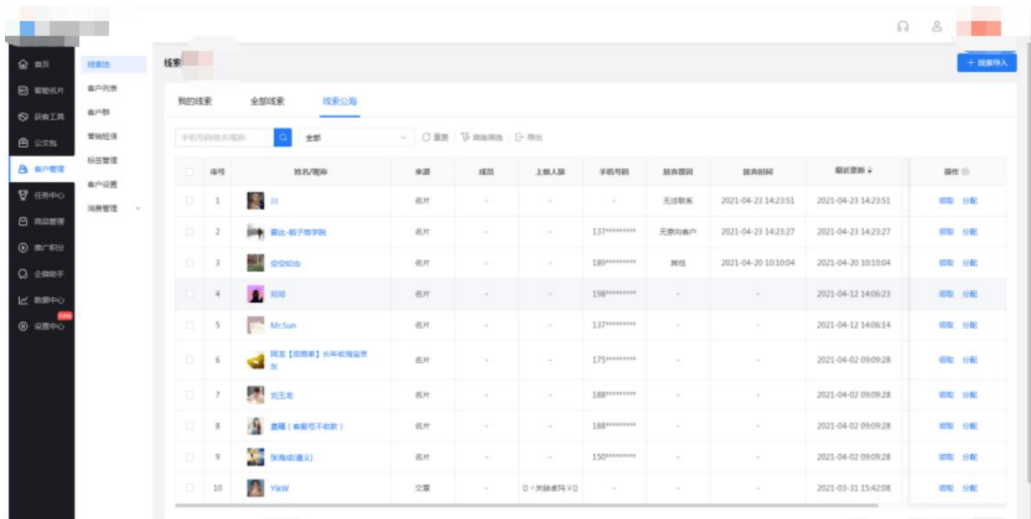
客户留存

实现效果

挖掘客户的真实意向：

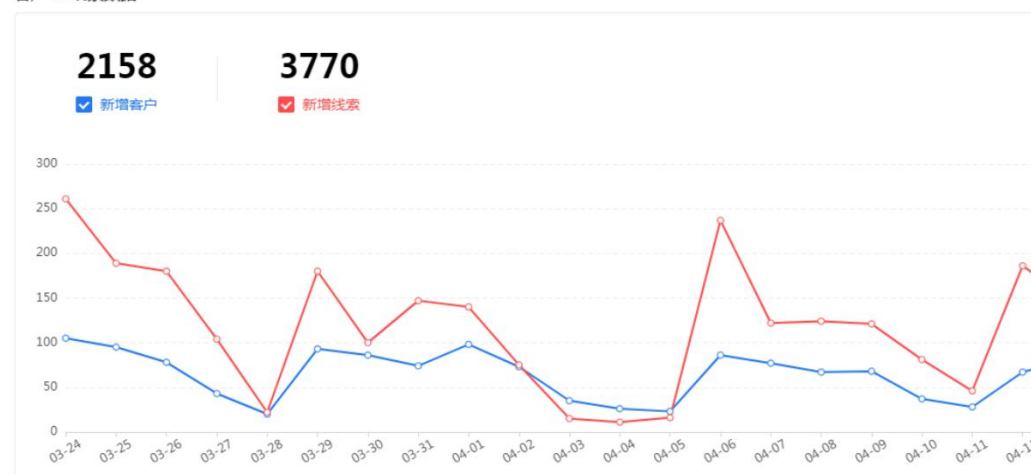
根据客户留下的操作线索，挖掘客户的需求点，确定客户的真实意向，精确获取客户信息。

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	跟进时间	跟进次数	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



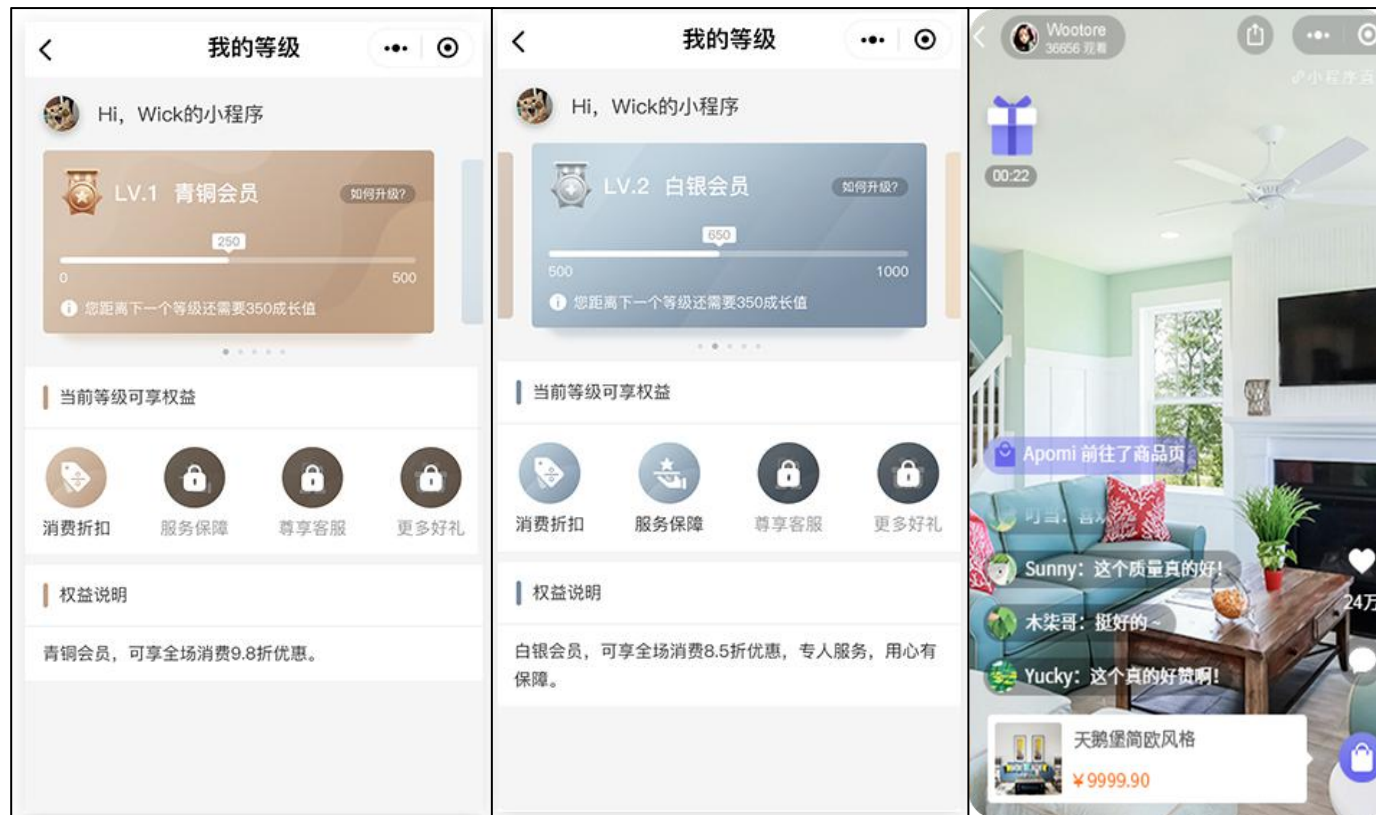
标签组	客户行业	客户等级
客户标签	互联网科技	核心客户
	汽车 建材	重要 一般
	广告营销	普通客户
	餐饮 出版	



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。



客户留存

参考话术



销售：董总您好，你们这边维系客户是用的什么办法呢？

客户：过年过节微信送祝福，有新楼盘出来，也会发微信告知。

销售：近期我们针对留存维系客户出了一个解决方案，可以用系统帮您留存看过房的客户，减少人力支出，您有兴趣了解一下吗？

客户：可以给我讲讲看

销售：我们这边通过市场调研了解到，很多客户去看了房源后，会跟其他房源进行对比。这个期间留存这些客户就显得尤为重要。我们可以通过内容运营、建设会员体系和追踪客户线索三个方面来完善客户画像，挖掘客户的真实意向，帮助你们的销售对症下药，快速转化成交这些客户，您看您这边需不需要这样的功能产品？

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。



分享裂变

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。

分享裂变

实现效果



最美理想家

投票活动



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



分享裂变

参考话术



销售：王先生您好，咱们这边楼盘开盘推广是用的什么方法呢？

客户：一般是地铁口发传单宣传。

销售：这样的呀，那你们这块成本还蛮高的哦。针对房地产获客、降低成本这块，我们出了一个解决方案，可能会对你有帮助。

客户：可以给我讲讲看

销售：王先生您看，我们都知道如果是老客户转介绍新客户来买楼的话，我们的获客成本会低很多。这样的话，就需要我们一方面维护好老客户，给予他一定的转介绍优惠政策；另一方面要搭建裂变渠道，获取新客户线索。维护老客户可以使用我们的轻应用小程序，让其成为推广员，在成功转介绍一位新客户，就可以获得奖励。裂变，我们可以使用营销活动，通过有趣好玩且有红包、优惠的活动吸引新客户留下信息，方便我们后续的跟进。

04

关于企业





关于聚点科技

吉林省聚点科技有限公司（以下简称为“聚点科技”）成立于2016年，长期致力于客户管理软件营销、实施、服务及开发于一体的信息化服务，专业为客户提供360度全方位客户关系管理解决方案。

聚点科技以“专注成长型企业信息化服务，以信息化为企业创造价值”为己任，以B/S核心技术为依托，帮助企业建立信息化的客户关系管理机制，帮助企业管理者合理管理网络资源，旨在增加客户粘滞度和忠诚度，杜绝客户流失，藉此为客户创造长期的价值和潜在的增长，降低企业成本，增强企业市场竞争力和市场占有率。

谢谢观看！

