

满城“小红帽”拉客,日接十几骚扰电话

# 楼盘如此“营销”惹人烦

“我的手机现在少则一天接几个卖房电话,多则一天接到几十个,现在的开发商,还能靠谱点吗?”为了买房,前段时间,牛女士走访了万达华府、万象新天等售楼处,结果从此之后,她的电话俨然就成了一个卖房推销热线。而同样近期打算买房的刘先生,则每到一个售楼处,都会遭到门前大姐、大妈的“争抢”,对此感受,刘先生说:“就跟卖保险的人追着你跑一样,瞬间让我觉得这个楼盘特别低端。”

今年以来,不少楼盘为了争抢购房者,频频采取“街头抢客”,“电话call客”等销售方式,惹来了不少市民反感。对于这样带有骚扰式的营销方式,业内人士表示经济效果和社会效果都不佳,终将导致开发商得不偿失。



## 看房频遇大姐“求帮忙”,原来拉一个人可以拿20元

11月30日,记者曾走访西部某楼盘。刚在售楼处附近的停车场停好车,就有好几个人围了过来。“老师,您看房吗?要不要去xx楼盘看一下。”“xx楼盘比这个好,老师您帮帮忙吧。”……这些人基本都骑着电动车,且多以女性为主,她们一边口头推荐,一边往记者手里塞发传单。

而在该楼盘的售楼处,记者也遇到了遭遇同样情况的购房者。“以前发传单的都是在超市门口、在广场上。现在都改成在竞争对手售楼部门口直接抢客,看来市场真是越来越不好了。”正在该售楼处看房的李先生说,他在另外两个售楼处也遇到了同样的情况,“如果听他们的,估计我今天都得逛完了西边所有的售楼处。”

“最受不了的,是经常听到他们‘帮帮忙’一类的词语。一大群人围着你,说‘帮帮忙吧’,心里总是不得劲。”李先生说,遇到这样的情况,本来他好好的心情也打了折扣,“确实他们大冷天呆在外面也挺辛苦的,但是我总不能按他们的意愿去上门看房子吧。我想买什么房子有自己的想法,他们又不了解我的需求。而且房子这样卖,也让我感觉这个房子品质很低。越想越像婚纱摄影的推销方式。”

据了解,这些拉客族,往往被业内称为“小蜜蜂”或者“小红帽”,他们一般由中介或者兼职人员组成,往往出没在闹市区或者楼盘扎堆的区域,甚至竞争对手门口,通过发放传单、介绍楼盘或直接拉上车等方式,吸引购房者到访售楼处。

“如果普通的喊几句让上个门到访一下也就算了,最气人的是还乱喊优惠。”同样曾被拉客族争抢过的刘先生,今年10月时曾到访高新区某楼盘,“当时我刚走到售楼处,来了几个人跟我说她们上另一个售楼处,就能拿到优惠,结果我跟她们去了以后,什么都没有。”刘先生说,这些人通过号称有优惠引诱他到访售楼处,结果售楼处的置业顾问则回应他,具体什么优惠要到开盘才能知道。后来我才知道只要带一个人上门拉客的会有20元提成。

## 一日接同一楼盘推销电话6个

### 受扰者质疑,我的电话被卖了几回?

“在我手机里,已经有几十个楼盘电话被标记骚扰了。”12月5日,市民郭先生向我们展示了他手机的骚扰标记。“标记这么多不容易啊,有时候开会的时候接到电话,有时候睡觉的时候接到电话,很让人心烦。”郭先生说,他曾经在1天之内连续接到6个省城东北部某全国一线品牌房企开发楼盘的骚扰电话,而且还是通过不同的电话拨打,“有一个还是在我开会时给我打进来的,后来我实在着急了,都说我不买房了,还三番五次这样骚扰我,实在是太不应该!”

与郭先生不同的是,一周内接到3个南

部某楼盘电话的连先生,则采取动之以情、晓之以理的方式与这些call客沟通。

“前几个电话,我都非常客气地回应他们我不买房。到了后来,我也实在受不了了。”连先生说,他最后非常耐心地请求call客,能否把自己的电话从他们的系统里删掉,这样可以节省双方时间,结果call客告诉他,他们选取电话的方式是从电脑里按号段随机抽取的,无法删除,让连先生换号比较靠谱。“当时我都无奈了,这些开发商真是为了卖房毫无底线。”连先生说。

接二连三的楼盘销售电话让众多市民

厌烦,很多人甚至养成了只要听到职业性的问候“您好”就挂电话的习惯。然而即便如此,房产营销公司很多还是会选择这样的方式。“现在哪个楼盘都不会缺了这样的电话的,因为这样比较容易统计我们的工作量。”12月8日,记者接到了万达华府打来的推销电话,当记者询问他们要三番五次拨打同样电话时,该置业顾问也告诉记者,他是公司安排所为。而当记者询问起楼盘从何得到自己的电话时,他则只告诉记者,他们拿到的电话太多了,他们只需要按要求拨打即可。

## 简单、粗暴销售方式何时休?

为何今年采取粗暴拉客形式的地产商越来越多?业内人士告诉记者,由于今年市场环境不好,很多开发商都在想办法为楼盘增加到访问量而雇佣专业公司来拉客。

“地产商往往觉得这样的行为对于购房者而言只是多了一个打交道的对象而已,却不顾及如此是否会让购房者反感并产生逆反心理。”对这样的销售行为,多年研究地产营销的业内人士刘先生并不支持,“真正品质高的楼盘,一定会有一个好的品牌,这样低端的销售方式,很影响地产商的品牌质量。而且拉客、打电话的人素质良莠不齐,也无法把握购房者喜好,通过这样的小聪明投机取巧,不好好提升产品定位,最终还有可能事半功倍。”

同时业内人士还透露,拉客和骚扰式的电话营销很难传递准确的吸引人的房产信息。而且随着人力成本的增加,这种大海、话海战术成本越来越高,电话营销带来的经济效益远不如以前。同时在消费者隐私保护意识日益强化的当下,一通陌生电话的邀约不但不会给商品形象加分,反而会减分。

“以前在我心目中,房子都是比较高端的消费品,现在又是拉客、又是电话骚扰,感觉已经跟卖保险、卖婚纱照的差不多了。”从事广告营销的曹先生,也对近期地产商频繁骚扰市民的行为颇有微词,“如果一个地产商的品牌真正能够致力于给市民提供良好的配套,美好的生

活,这样的房子会怕市民不知道吗?拉客、电话骚扰等等这些纯粹为了卖房子的行为,让我觉得非常功利,根本不考虑市民感受,又怎能让我们相信他们造的房子能为购房者着想?”

据了解,为保护市民不被开发商电话骚扰,11月6日宁波市住建委已发文,要求各房地产开发企业在销售商品房时,不得向非购房意愿人拨打营销电话。今后若发现类似情况,查证属实,将停止该房地产开发项目的商品房网签。对此,市民郭先生表示:“我们希望济南也能尽快出台这样的措施,来保护我们这些市民日常生活不被骚扰。”

(楼市记者 韦超婷)

西部某楼盘拉客族等待路过的购房者

市民郭先生向记者展示手机标记的骚扰电话