



微官网、老带新、上新加推、街头促销……

楼市“闹春”营销方式多

楼市黄金十年一晃而过,随着库存高居不下、城镇化进程加快、投资潜力回落等因素的变化,楼市一改往日高歌猛进的姿态,转而进入稳健的白银时代。在这样的新常态下,房地产营销策略的重要性,更加凸显出来。

在来自国家统计局泰安调查队的调查资料中显示,去年泰安市去全年供销增速差距较大,去库存压力始终未见减小。2014年,新建商品住宅销售套数、面积同比增幅分别为9%、10%,整体保持增长态势。但从9月份开始,新建住宅销售连续四个月同比下降,12月份,泰安市区商品住宅销售1258套,同比下降27%,较11月份降幅扩大近11个百分点,已接近10月份的最大降幅30%。泰安市区商品房批准预售项目112个,其中,新建商品住宅批准预售23041套,同比增长39%;面积262.3万平方米,同比增长35%。增速较1-11月份分别上升3和2个百分点,增速已连续几个月保持在30%以上,供给增速相对稳定。全年销售整体增长,近期连续四个月销售同比下降。

根据泰安市房地产交易中心网站统计,1月份泰安共成交各类商品房1161套,相比去年1月份1083套有所增加,但是增长幅度不高,整体来说今年开局是比较平淡的。

尽管如此,在春节来临之际,随着返乡群体的回归,逐渐有不少人开始入市置业,众多开发商也纷纷抓住机会进入“闹春”行列,使出浑身解数搞活营销,想在这个节点上突围市场。

本报记者 杨思华

微官网荐房

近期恒基·都市森林、恒基·东尚、大安·绿视界等楼盘都通过微信公众平台推出项目的微官网,内设楼盘简介、优惠活动、楼盘相册、楼盘户型360°全景看房、互动专区、预约看房、地图导航等板块,只要回复任意消息,就能进入微官网了解项目。

城东一楼盘置业顾问表示,微官网能最大限度的让置业者足不出户了解楼盘情况。“通过微官网提前了解项目,能让置业者实地看房时更有针对性,能减少置业者的看房时间和决策时间。”

“以前这些楼盘的微信公众号只能看他们发布的一些活动信息,很难对项楼盘深度了解,微官网上线以后最好的就是有全面的楼盘实景相册,360全景看房也非常方便,自己在家动动手指就把样板间都看了。”体验过这种动动手指就能全面了解楼盘信息的方式后,市民徐先生表示,微官网的开通,着实为“懒”人们提供了看房的好方式。

首付频降低

目前市场存量房源较多,面对房地产行业供大于求的状态,不少业内人士表示,在2015年对楼市刚需客户群体的争夺上会更加激烈,市场竞争压力也会大于往年。

虽然央行降息又将准,能为购房者带来一定的好处,但是为了刺激刚需客户群体的市场需求,大部分楼盘已经降低首付,有的楼盘更是打出“0首付”、“七折利率买房”“首付2万起”的广告吸引客户,更有部分楼盘推出“限量特价房”,来刺激人们的购买欲望。

对此,业内人士表示,春节期间回笼资金是开发商需要面对的一大问题,大部分房企都会赶在春节这个节点上进行让利促销,优惠幅度也属年度最低。“主要是通过走量的方式来回款,有的楼盘还因此对置业者给出首付分期付款的政策,减轻置业者的购房压力,来刺激成交。”



加推新房源

自1月份以来,在新的一年楼市争夺战中,多数楼盘都紧抓春节返乡置业群体,推出各种优惠促销活动,想通过春节这一节点增大走量力度。

虽然元旦过后进入楼市传统淡季,但是也有项目新盘入市,带动市场的人气。近日,泰景城一期开盘成交额破亿元,总成交130余套,五矿·万境水岸一期112-138㎡,11层花园洋房开盘当天吸引近500批客

户到场,开盘仅2个小时,销控板就被贴满红色的选房贴,推出房源劲销80%。这两个项目开盘上新在取得优异成绩的同时,也为带来极大的人气。

除此之外,还有很多项目加推房源,安居·金城缙香每周加推的两套特价房,4200元/㎡起价准现房还赠送装修,过硬的品质和优惠的价格也给两处项目带来不少成交。

据了解,安居·幸福里春节期间不打烊,返乡置业者随时可以前往营销中心看房选房,每周加推的特价房也是不错的选择;五矿·万境水岸也针对返乡置业者推出10套限量特惠房,先到先得。

奖励“老带新”

临近春节,部分开发商还把老带新活动当做促进成交的重要营销手段,老业主介绍新客户认购成功并签约,老业主能获得惊喜大礼,新客户享受总房款优惠5000元,老带新送物业费,老带新,10g金条免费送……很多开发商都推出送礼活动让老业主参与营销之中。

“春节期间,如果老业主介绍新客户成功签约,我们就为老业主送金条。”一处楼盘置业顾问表示,在注重楼盘综合品质和口碑的今天,“老带新”已经成为房地产业内重要的营销方式之一。“小区景观环境好不好,物业管理服务到不到位、收费合不合理,还有户型怎么样,房子质量好不好,这些问题老业主最有发言权,已经入住,亲身体验过产品的业主,肯定愿意把项目介绍给身边的亲戚朋友,这种通过熟人带来的交易实质成交量最大了。”

上街促销忙

临近春节,走在街上随时都能看到手拿宣传页的街头促销者,还有不少人举着印有楼盘优惠活动的牌子“游街”,他们游走于城区车站和各大商场人群聚集的地方,向人们介绍楼盘情况。

业内人士表示,这部分“街头促销者”多为中介公司召集的人员或者兼职的大学生,这些街头促销者最主要的任务就是为楼盘带来潜在的新客户。“一般节前就会召集一些兼职人员,分组在人群较多的地方,给过往的人们发放宣传页介绍项目,再留下潜在客户的联系方式。”

针对这种营销方式,业内人士也坦言,由于兼职人员并非专业营销人员,就会经常出现无法详细介绍楼盘的情况。“这种方法就是广撒网,带来的实际成交非常少,不过也算是现在比较流行的一种营销手段。”

