



# 天天刷朋友圈，就是互联网营销？

记者手记

在“互联网+”概念席卷大江南北的时代,作为支柱产业的房地产,怎能没点互联网思维?在朋友圈风靡全国的时候,哪个楼盘,又怎能没有自己的微信公众号?

如今,济南大小楼盘,也纷纷运用自己的“互联网思维”,建立起了自己的微信公众号,不少楼盘都企图通过自己的微信公众号发表楼盘讯息、公布活动内容。还有不少业内人士疯狂转发楼盘信息,企图让更多购房者熟知自家楼盘……可是,这种天天刷朋友圈的手段真的有效吗?

## 微信粉丝太少,信息难以传播

如果哪个楼盘没有自己的微信公众号,那简直是“out”了。翻翻济南目前的在售楼盘,基本上所有项目都有自己的微信公众账号。而大部分楼盘微信公众号的文章阅读量都不高,如果阅读量过百,就已经算是这些微信号里的佼佼者了。“我们的微信公众号想托管给专门的公司运营,运营费用并不高。作为一个发声渠道来说,算是成本比较低廉的。”西部一楼盘在推广期时,曾联系过不少拥有微信运营业务的广告公司,但是运营过一段时间后,效果却并不理想,该楼盘的销售负责人告诉记者,“我感觉微信还是要找专门的人来运营。如果单纯介绍项目信息,举办的活动又没有轰动性的话,微信的效果并不明显。”该负责人称,目前他们的微信公众号的主要粉丝还是业主、工作人员和业内人士,粉丝大概稳定在1000左右,但阅读量基本都只有几十,传播效果并不明显。

“我关注了我自己楼盘的微信号,但是发现这个微信号的主要内容还是面向没有购房的人。像我关心的楼盘进度、楼盘实景等内容,几乎没有。所以对这个微信号我现在都不点开看了。”关注了奥体西路某楼盘微信号的业主张先生,对自己楼盘的微信号如此评价。

“很多人并不了解新媒体的运营方式,怎么打造出彩的标题和内容,很多楼盘也并不了解。如果每天发的内容都非常枯燥的话,不光增粉难,还会非常迅速地掉粉。”负责运营齐鲁晚报齐鲁楼市公众微信号的“楼市君”告诉记者,微信粉丝的增长首先需要靠活动,而守住粉丝则需要出彩的内容,“微信号需要有互联网思维的专人运营才能有效果,现在我们的微信号已经拥有

了近万个购房者粉丝,也是因为发布生动、有趣、有用的楼市内容,才一步步扩大的。”

## 内容枯燥单一,刷屏引来反感

“我总是在想,朋友圈是用来干嘛的?”曾在房地产代理行业摸爬滚打2年多的翟女士,近期对朋友圈内的房产信息极为反感,“我的朋友圈全是房地产信息,其中楼盘的活动最多。最夸张的是,曾经有同一条信息被七八个人转发,上至营销总监下至置业顾问,让我的朋友圈直接被刷屏了。”翟女士称,这样的信息转发让她颇为无奈,甚至让她有了想把这些人屏蔽的想法。“互联网营销一定是‘内容为王’的,像很多楼盘只是简单地将微信平台当做一个发声渠道,并没有对自身的活动内容经过提炼、加工,转发得多肯定会引来反感,对楼盘的营销得不偿失。”从事新媒体研发多年的穆先生告诉记者,就他观察的多个楼盘微信公众号,基本都以公布楼盘近期活动的内容为主。“他们有些图片设计得很漂亮,有些活动看似很精彩,但是主要查看这些文章的人,主要还是以业内人士居多。楼盘微信公众账号流购房者的作用并不明显。”

曾有媒体对朋友圈营销进行专项调查,结果显示:对于朋友圈营销,大多数人还真有点儿嫌“烦”,不介意的人仅占7.7%。“其实微商和楼盘的微信公众号营销的区别并不大,都是希望通过朋友圈卖东西。只是一个卖物品,一个卖房子。”一熟知互联网的业内人士坦言,他就不建议楼盘的微信公众化通过内部人士刷屏的方式推广,“微信朋友圈往往都是熟知的人,在朋友圈营销,往往以朋友之间的信任作为基础,倘若只是一味地刷屏传播,会对自己的朋友产生不必要的干扰,不光降低了楼盘的公信力,也降低了朋友之间的信任度。”该业

内人士还表示,楼盘的微信公众号传播一定要以自己的粉丝为基础,做粉丝爱看的东 西,而不只是“为了发微信而发微信”。

## 互联网营销,载体非常重要

3月23日,62岁的赵雅芝包揽了齐鲁晚报系十大新闻头条,让仅在济南露面十五分钟的赵雅芝一下就吸引了全济南人的目光,从媒体流出的高清图更是引发大规模转发。有消息灵通人士称,燕玺台成为这次活动的最大赢家。4月1日,“大白空降济南送‘安全套’”的新闻,也一下抢登了齐鲁晚报旗下《齐鲁楼市》专刊、齐鲁晚报网、齐鲁晚报官方微信、官方微博、齐鲁壹点手机APP、齐鲁晚报《齐鲁楼市》官方微信等八大媒体平台的头条,举办该活动的中捷·紫悦华庭也得到了上万人的关注。而同样参与头条营销的还有国华印象、蓝石大溪地、舜奥华府等楼盘,均受到了良好效果。

“我们上班的时候就喜欢看‘齐鲁壹点’,舜奥华府的旗袍老爷车展,就是通过齐鲁壹点知道的,后来我拉了好几个喜欢老爷车的朋友过去。”参观了舜奥华府老爷车展的郭先生告诉记者,他较喜欢关注“齐鲁壹点”的新闻和齐鲁晚报的微信,很多本地活动信息也是从这两个渠道获知。

说起楼盘的互联网营销方式,郭先生表示,他比较喜欢开发商能在互联网上多发些给购房者带来实惠的活动或者信息。“互联网思维有一个点是免费思维,作为一名‘屌丝’,我也比较喜欢那些免费、能给我们便宜的信息,或者抽奖一类的活动,我也非常喜欢参与。”

(楼市记者 韦超婷 马韶莹)

## 毕业?买房?

又是六月天,又是一年毕业季,和刚毕业的大学生息息相关的话题中,房子又是逃不掉的一个。或许回到家乡,回归自己熟悉的环境,住回父母身边自己曾经的小屋;或许打包行囊,随着新的一份工作来到一个陌生的城市,住在公司的单身公寓,和大学时一样有着同屋的室友;亦或许需要自己租一处房屋,体验租房的日子;而最令人向往的便是毕业时买一套属于自己的新房,开启全新的生活。

犹记当初毕业时,自己和一群来自山南海北的兄弟住进了公司的公寓,没有想象中的豪华,甚至有些拥挤,大家就像又一次上学一样,一起起居生活,一起坐车上下班,还曾抱怨居住的有些偏远,远离了想象中的繁华,直到偶尔一次路过周边某个二手房中介门店,下意识看一眼才发现,在这个沿海城市,完全不靠海的地方,房价单价也已经破万,回头想想自己住的公寓,若算租金亦不便宜,顿时有种满足感。当然,很大一部分同学,毕业时选择在公司附近租房,有了暂时的住处,但依旧缺乏归属感,而且还不得不面临突发性的搬家和房租的上调,这时候身边的“土豪”同学便让人羡慕不已。

张欣是大学同学里第一个毕业即买房入住的,当时的济南房价正在热火朝天的上窜,每天都有向上爬升的可能,楼市一片紧张的氛围,大多数的刚需族都有点望而却步。而张欣则自己主张要当即买房,在父母的帮助下付了首付,同时他也成为周边朋友中第一个还房贷的人,刚毕业不到一年,张欣便搬入新居,经常邀请朋友去家里聚会玩耍。回头来看,当时选择买房的他,算是赚到了,如今过去三四年,张欣所在小区的房价每平米上涨了2000元左右,而大多数的同学刚刚买房不久,大家有时候会一起调侃:我们几年的努力都投进了房价的涨幅当中。

2015年,房价没那么高,楼市还有点火,毕业了,如果条件允许,买一套属于自己的房子,哪怕一套小公寓,不仅仅是有了自己的空间,同时也有一份责任和动力,也许前进的路因此而不同。

(楼市记者 葛末斌)