

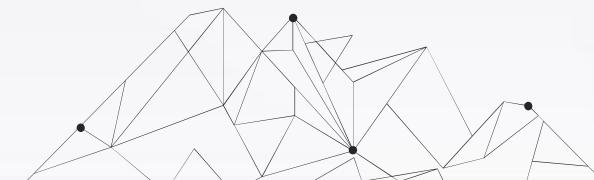
智能时代的房产营销 变革

汤舸 脉策数据



前智能时代的房产营销技能点

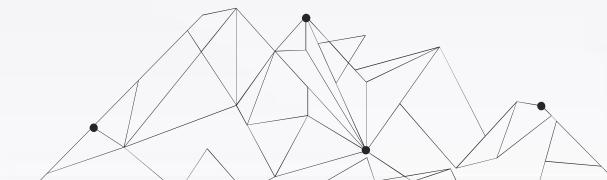
技能1	技能2	技能3	技能4	技能5	技能6	技能7	技能8	技能9	技能10	技能11	技能12	技能13	技能14	技能15	技能16	技能17	技能18	技能19
制定策略报告	组建销售团队	建立沟通机制	推进企划、售展工作进度	制作管理工具	制定业务标准	制定蓄客计划	分析销售数据	制作定价报告	制定开盘方案	制定售足签退流程	制定续销计划	跟进回款	跟进请佣	发展团队能力	维护客户关系	项目风险控制	配合项目收尾清算	撰写结案报告
1-1 分析市场	2-1 预估项目流量	3-1 分类沟通对象	4-1 推进项目进度	5-1 业务对外管理	6-1 制作销售讲习	7-1 收集竞品和本案数据	8-2 分析本案数据	9-1 分析数据	10-1 分析项目现状	11-1 与甲方确认工作制度要求	12-1 确认续销目的或目标	13-1 建立回款奖惩制度	14-1 突击强化甲方关系	15-1 提升业务技能	16-1 了解甲方企业背景及企业文化	17-1 控制项目进场风险	18-1 领取撤场书面通知书	19-1 收集资料
1-2 分析项目	2-2 测算人员编制	3-2 确认相关部门责任人及代理人	4-2 推进企划、售展工作进度	5-2 业务对内管理	6-2 制作销售流程	7-2 研判目标客群	8-3 分析客户数据	9-2 分析项目价值	10-2 确定开盘方式	11-2 风控管理制度要求	12-2 找寻项目核心营销问题点	13-2 制作回款管理工具	14-2 沟通佣金支付额度	15-2 提升凝聚力	16-2 了解甲方组织架构及各岗位职能权限	17-2 控制项目开盘风险	18-2 上报区域管理部	19-2 回顾全案
1-3 分析客户	2-3 设定团队人员能级	3-3 明确沟通方式	4-3 推进销售道具制作	5-3 行政对内管理		7-3 确认甲方预算		9-3 客户需求反馈	10-3 制定开盘流程	11-3 制定售足签退流程图	12-3 根据项目核心营销问题点,得出解决方案	13-3 确定回款跟进周期	14-3 校对请佣结算单	15-3 提升团队协作能力	16-3 观察甲方重要岗位的工作(生活)习惯	17-3 控制项目销售风险	18-3 整理物资清单	19-3 分析情况
1-4 制定推广策略	2-4 明确招募渠道(内部调整/社会招聘)	3-4 设定沟通频率				7-4 确认推广通路、诉求、节点		9-4 明确营销目标	10-4 分工岗位及培训	11-4 确定各环节细节和责任人岗位要求	12-4 制定续销销售方案	13-4 明确责任人职责	14-4 发起请佣流程		16-4 评估甲方各岗位关系	17-4 控制项目撤场风险	18-4 核实物资完整性	19-4 总结全案得失
1-5 制定渠道策略	2-5 提交申报流程	3-5 留存沟通结果				7-5 判断客户匹配度		9-5 确定定价方法与原则	10-5 演练开盘流程	11-5 制作各类流转表单	12-5 制定推广计划	13-5 审查回款情况	14-5 跟进流转进度		16-5 了解甲方各重要对接人喜好/爱好	17-5 突发事件	18-5 清算未结算的相关费用	
1-6 制定推售策略	2-6 完成团队搭建					7-6 设计、组织客户收口		9-6 制作价目表	10-6 协调及相关部门配合	11-6 培训及实施	12-6 配合续销事项	13-6 突发性政策变化应对	14-6 开票		16-6 填写甲方个人档案		18-6 签收撤场确认单	
1-7 制定售展策略	2-7 确定人员分工					8-1 分析竞品数据		9-7 确定折扣体系	10-7 实施开盘方案			14-7 催佣		16-7 回应甲方提出的工作要求				
						9-8 预估销量	10-8 总结开盘方案				14-8 确认帐收		16-8 维护甲方常态化需求					
											14-9 制作奖金单							





智能时代的房产营销更新点

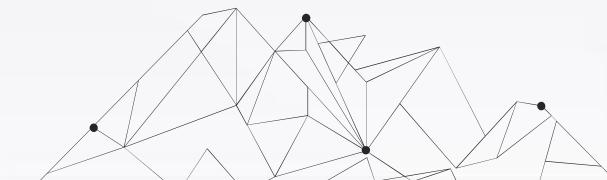
技能1	技能2	技能3	技能4	技能5	技能6	技能7	技能8	技能9	技能10	技能11	技能12	技能13	技能14	技能15	技能16	技能17	技能18	技能19
制定策略报告	组建销售团队	建立沟通机制	推进企划、售展工作进度	制作管理工具	制定业务标准	制定蓄客计划	分析销售数据	制作定价报告	制定开盘方案	制定售签退流程	制定续销计划	跟进回款	跟进请佣	发展团队能力	维护客户关系	项目风险控制	配合项目收尾清算	撰写结案报告
1-1 分析市场	2-1 预估项目流量	3-1 分类沟通对象	4-1 推进项目进度	5-1 业务对外管理	6-1 制作销售数据	7-1 收集竞品和本案例数据	8-2 分析本案例数据	9-1 分析数据	10-1 分析项目现状	11-1 与甲方确认工作制度要求	12-1 确认续销目的或目标	13-1 建立回款奖惩制度	14-1 突击强化甲方关系	15-1 提升业务技能	16-1 了解甲方企业背景及企业文化	17-1 控制项目进场风险	18-1 领取撤场书面通知书	19-1 收集资料
1-2 分析项目	2-2 测算人员编制	3-2 确认相关部门责任人及代理人	4-2 推进企划、售展工作进度	5-2 业务对内管理	6-2 制作销售流程	7-2 研判目标客群	8-3 分析客户数据	9-2 分析项目价值	10-2 确定开盘方式	11-2 风控管理制度要求	12-2 找寻项目核心营销问题点	13-2 制作回款管理工具	14-2 沟通佣金支付额度	15-2 提升凝聚力	16-2 了解甲方组织架构及各岗位职能权限	17-2 控制项目开盘风险	18-2 上报区域管理部	19-2 回顾全家
1-3 分析客户	2-3 设定团队人员能级	3-3 明确沟通方式	4-3 推进销售道具制作	5-3 行政对内管理	6-3 确认甲方预算	7-3 客户需求反馈	8-4 制定开盘流程	9-3 制定售签退流程图	10-3 制定开盘流程	11-3 制定售签退流程图	12-3 根据项目核心营销问题点，得出解决方案	13-3 确定回款跟进周期	14-3 校对请佣结算单	15-3 提升团队协作能力	16-3 观察甲方重要岗位的工作（生活）习惯	17-3 控制项目销售风险	18-3 整理物资清单	19-3 分析情况
1-4 制定推广策略	2-4 明确招募渠道（内部调整/社会招聘）	3-4 设定沟通频率	4-4 确定推广策略	5-4 确定客户匹配度	6-4 确定营销目标	7-4 确定推广通路、诉求、节点	8-5 制定各环节细节和责任人岗位要求	9-4 制定销售方案内容	10-4 分工岗位及培训	11-4 确定各环节细节和责任人岗位要求	12-4 制定续销销售方案内容	13-4 明确责任人职责掌	14-4 启动请佣流程	15-4 评估甲方各岗位关系	16-4 控制项目撤场风险	17-4 核实物资完整性	18-4 总结全案得失	
1-5 制定渠道策略	2-5 提交申报流程	3-5 留存沟通过程	4-5 留存沟通过程	5-5 判断客户匹配度	6-5 制定定价方法与原则	7-5 演练开盘流程	8-6 制作各类流转表单	9-5 制定推广计划	10-5 制定开盘流程	11-5 制作各类流转表单	12-5 制定推广计划	13-5 审查回款情况	14-5 跟进流转进度	15-5 了解甲方各重要对接人喜好/爱好	16-5 突发事件	17-5 清算未结算的相关费用	18-5 签收撤场确认单	
1-6 制定推广策略	2-6 完成团队搭建	3-6 完成团队搭建	4-6 完成团队搭建	5-6 判断客户匹配度	6-6 制作价目表	7-6 协调及相关部门配合	8-7 制定开盘方案	9-6 配合续销事项	10-6 协调及相关部门配合	11-6 培训及实施	12-6 突发性政策变化应对	13-6 开票	14-6 催佣	15-6 填写甲方个人档案	16-6 回应甲方提出的工作要求	17-6 维护甲方常态化需求	18-6 签收撤场确认单	
1-7 制定售后服务策略	2-7 确定人员分工	3-7 确定人员分工	4-7 确定人员分工	5-7 确定折扣体系	6-7 确定折扣体系	7-7 实施开盘方案	8-8 总结开盘方案	9-7 确定折扣体系	10-7 实施开盘方案	11-7 总结开盘方案	12-7 确认帐收	13-7 制作奖金单	14-7 确认帐收	15-7 制作奖金单	16-7 确认帐收	17-7 制作奖金单	18-7 确认帐收	





智能时代的房产营销变革点

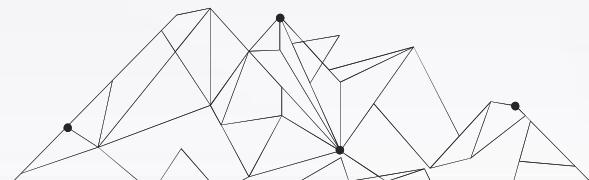
技能1	技能2	技能3	技能4	技能5	技能6	技能7	技能8	技能9	技能10	技能11	技能12	技能13	技能14	技能15	技能16	技能17	技能18	技能19
制定策略报告	组建销售团队	建立沟通机制	推进企划、售展工作进度	制作管理工具	制定业务标准	制定蓄客计划	分析销售数据	制作定价报告	制定开盘方案	制定售签退流程	制定续销计划	跟进回款	跟进请佣	发展团队能力	维护客户关系	项目风险控制	配合项目收尾清算	撰写结案报告
1-1 分析市场	2-1 预估项目流量	3-1 分类沟通对象	4-1 推进项目进度	5-1 业务对外管理	6-1 制作销售讲习	7-1 收集竞品和本案数据	8-2 分析本案数据	9-1 分析数据	10-1 分析项目现状	11-1 与甲方确认工作制度要求	12-1 确认续销目的或目标	13-1 建立回款奖惩制度	14-1 突击强化甲方关系	15-1 提升业绩技能	16-1 了解甲方企业背景及企业文化	17-1 控制项目进场风险	18-1 领取撤场书面通知书	19-1 收集资料
1-2 分析项目	2-2 测算人员编制	3-2 确认相关部门责任人及代理人	4-2 推进企划、售展工作进度	5-2 业务对内管理	6-2 制作销售流程	7-2 研判目标客群	8-3 分析客户数据	9-2 分析项目价值	10-2 确定开盘方式	11-2 风控管理制度要求	12-2 找寻项目核心营销问题点	13-2 制作回款管理工具	14-2 沟通佣金支付额度	15-2 提升凝聚力	16-2 了解甲方组织架构及各岗位职能权限	17-2 控制项目开盘风险	18-2 上报区域管理部	19-2 回顾全家
1-3 分析客户	2-3 设定团队人员能级	3-3 明确沟通方式	4-3 推进销售道具制作	5-3 行政对内管理	6-3 确认甲方预算	7-3 客户需求反馈	8-4 制定开盘流程	9-3 制定售签退流程图	10-3 制定开盘流程	11-3 制定售签退流程图	12-3 根据项目核心营销问题点，得出解决方案	13-3 确定回款跟进周期	14-3 校对请佣结算单	15-3 提升团队协作能力	16-3 观察甲方重要岗位的工作（生活）习惯	17-3 控制项目销售风险	18-3 整理物资清单	19-3 分析情况
1-4 制定推广策略	2-4 明确招募渠道（内部调整/社会招聘）	3-4 设定沟通频率	4-4 确认推广通路、诉求、节点	5-4 确认销售目标	6-4 分工岗位及培训	7-4 判断客户匹配度	8-5 确定各环节细节和责任人岗位要求	9-4 制定续销销售方案内容	10-4 分工岗位及培训	11-4 确定各环节细节和责任人岗位要求	12-4 制定续销销售方案内容	13-4 明确责任人职责掌	14-4 启动请佣流程	15-4 评估甲方各岗位关系	16-4 控制项目撤场风险	17-4 核实物资完整性	18-4 总结全案得失	
1-5 制定渠道策略	2-5 提交申报流程	3-5 留存沟通过程	4-5 判断客户匹配度	5-5 确定定价方法与原则	6-5 演练开盘流程	7-5 制作各类流转表单	8-6 协调及相关部门配合	9-5 制定推广计划	10-5 演练开盘流程	11-5 制作各类流转表单	12-5 制定推广计划	13-5 审查回款情况	14-5 跟进流转进度	15-5 了解甲方各重要对接人喜好/爱好	16-5 突发事件	17-5 清算未结算的相关费用	18-5 签收撤场确认单	
1-6 制定推广策略	2-6 完成团队搭建	3-6 设计、组织客户收口	4-6 制作价目表	5-6 制作价目表	6-6 协调及相关部门配合	7-6 培训及实施	8-7 实施开盘方案	9-6 配合续销事项	10-6 培训及实施	11-6 培训及实施	12-6 配合续销事项	13-6 突发性政策变化应对	14-6 开票	15-6 填写甲方个人档案	16-6 回应甲方提出的工作要求	17-6 维护甲方常态化需求	18-6 签收撤场确认单	
1-7 制定售后服务策略	2-7 确定人员分工	3-7 分析竞品数据	4-7 确定折扣体系	5-7 确定折扣体系	6-7 实施开盘方案	7-8 总结开盘方案	8-9 预估销量	9-8 确认帐收	10-7 总结开盘方案	11-7 催佣	12-7 催佣	13-7 确认帐收	14-7 制作奖金单	15-7	16-7	17-7	18-7	





智能时代的房产营销变革点

8-2 分析本案数据	7-1 收集竞品和本案数据	9-1 分析数据
8-3 分析客户数据	7-2 研判目标客群	9-2 分析项目价值
1-1 分析市场	7-5 判断客户匹配度	1-3 分析客户
1-2 分析项目	8-1 分析竞品数据	2-1 预估项目流量
9-5 确定定价方法与原则	12-2 找寻项目核心营销问题点	19-3 分析情况





新的数据维度



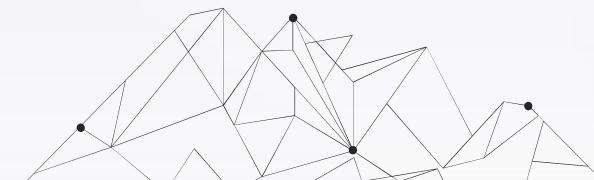
城市基础数据



地产行业数据



活跃客户数据





活跃客户数据



全市活跃购房者

线上潜在购房者 占比22.7% *

近期购房类app的活跃使用者

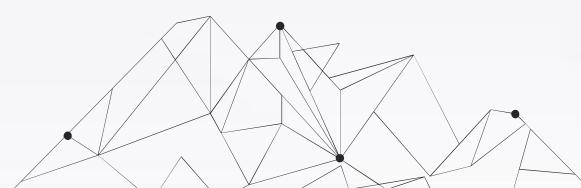
app包括：上海链家，搜房网房天下，安居客一二手房，Q房网，看房-腾讯房产出品，房多多买家版，赶集懒人找房，二手房-新浪二手房，乐居二手房，找房通，安个家一二手房，兔博士，爱屋吉屋等；

线下潜在购房者 占比77.3% *

近期在不动产销售现场出现过的活跃者

线下为近期在不动产销售现场出现过的活跃者。我们通过wifi指纹以及地理围栏技术，从全市的各类不动产销售现场采集了活跃出现的人群，将其定义为潜在购房者，这些销售现场包括：售楼处、房展会、房地产交易中心等地区。

* 该指标来源于脉策的上海潜在客户池数据。

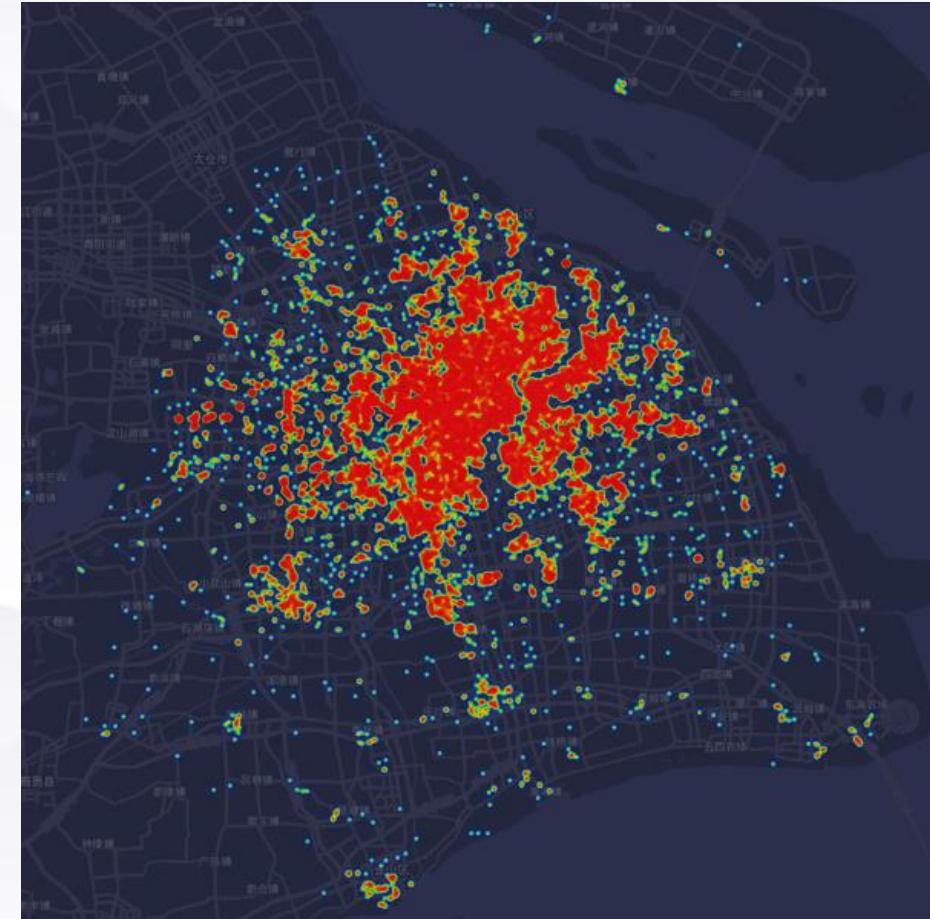




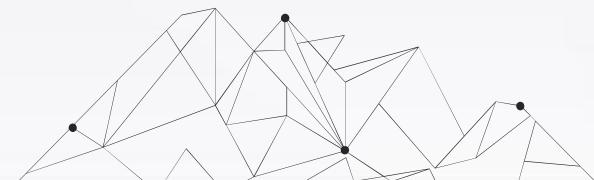
活跃客户数据



新房活跃购房者(6月x日)

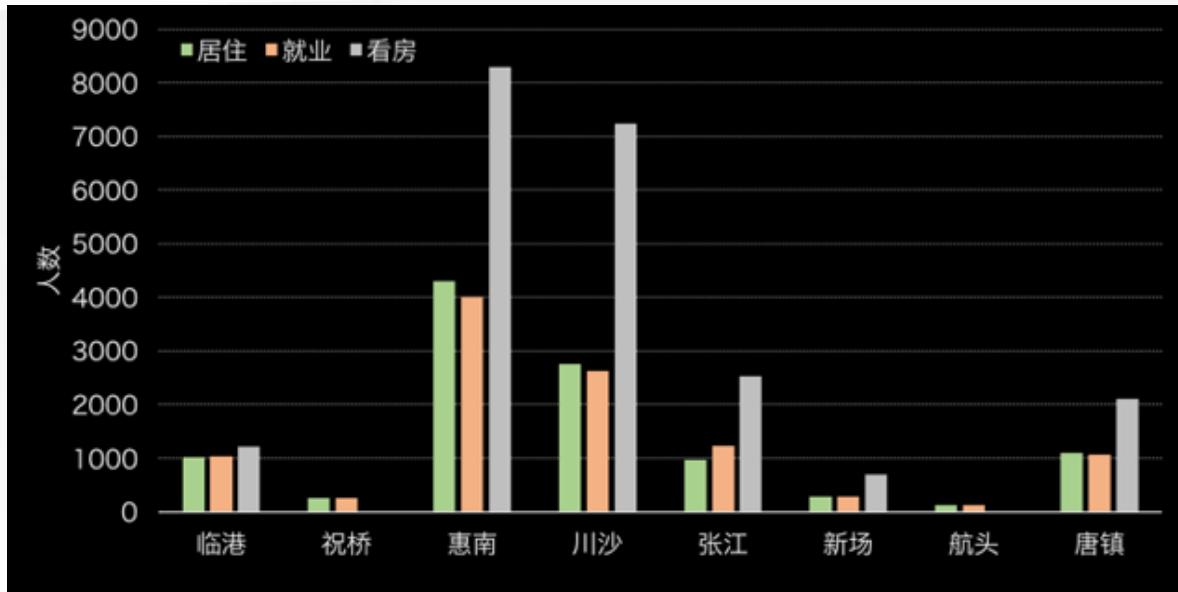


二手房活跃购房者(6月x日)

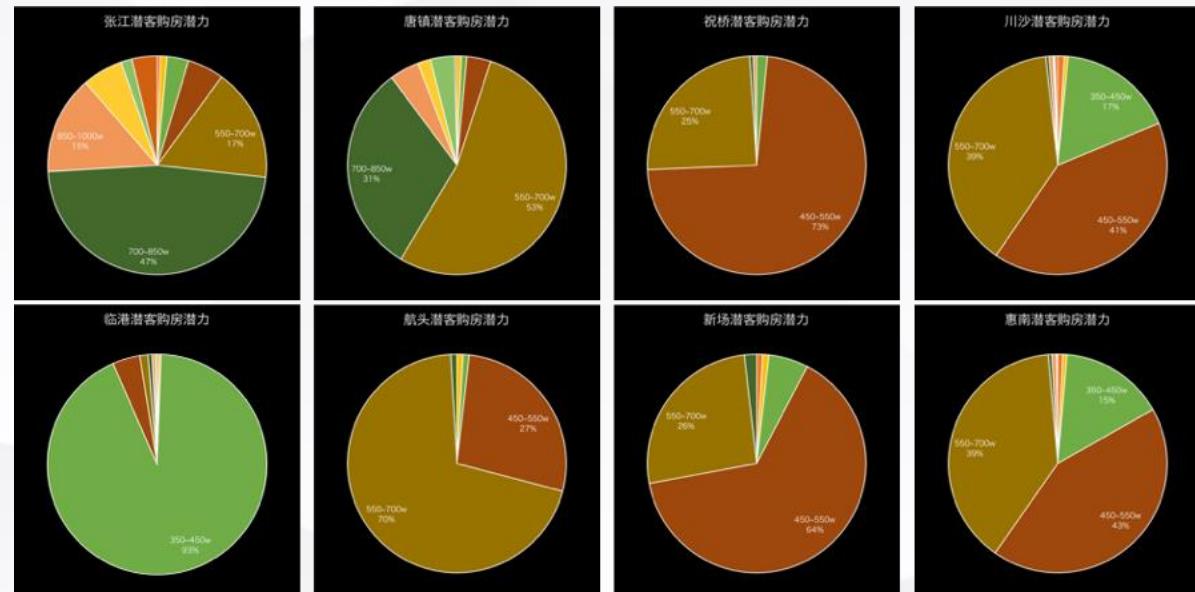




活跃客户数据



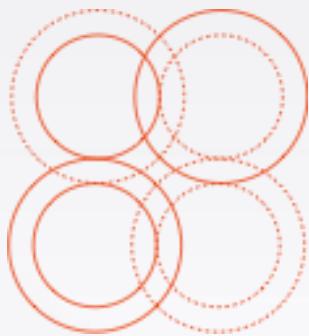
上海某地区活跃客户的空间分布



上海某地区活跃客户的购房潜力



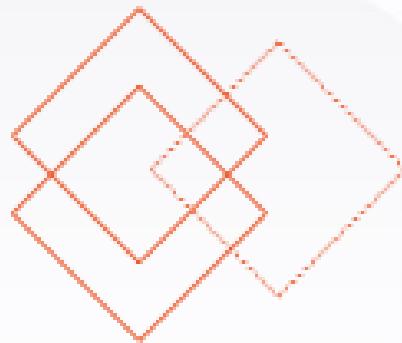
数据背后的智能计算



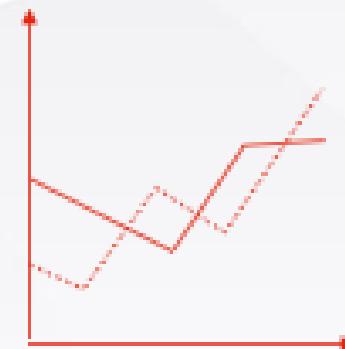
房地产购买
预测模型



房地产竞品
模型



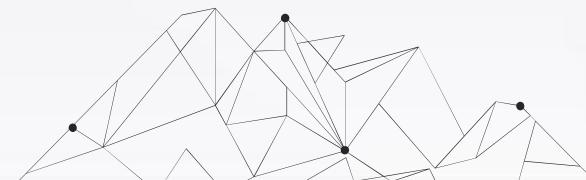
购房者相似
性模型



房价指数预
测模型

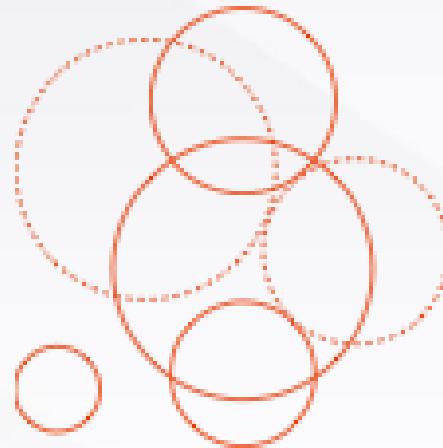


市场预警
模型



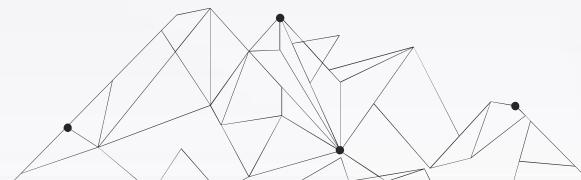


数据背后的智能计算



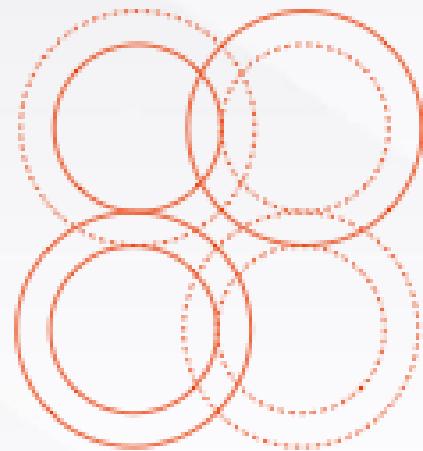
房地产竞品模型

每个城市近百名一线营销专家的智能采集
数十万级成交与到访数据的真实样本训练
持续六个月不间断的机器学习
90%以上对竞品判断的人工替代效果



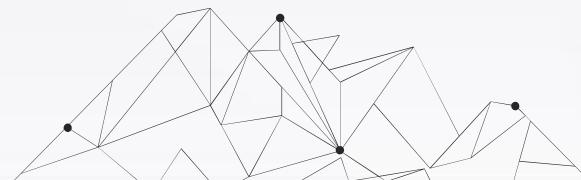


数据背后的智能计算



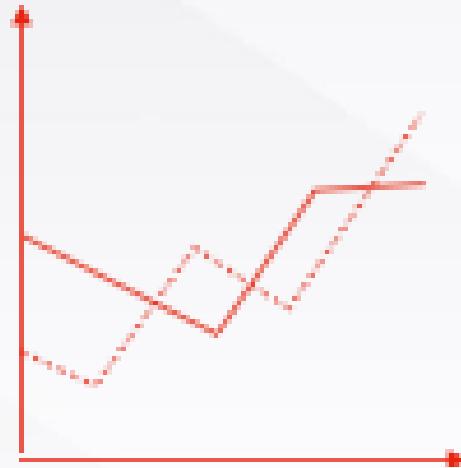
房地产购买预测模型

数十万级成交与到访数据的真实样本交叉
持续近一年不间断的机器学习
 $T+1$ 的客户匹配动态更新
75%以上的匹配准确度（参照真实样本）



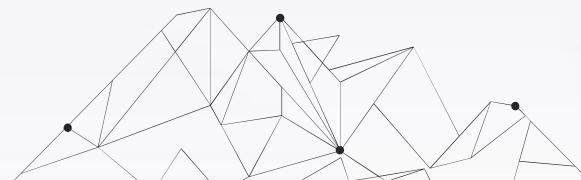


数据背后的智能计算



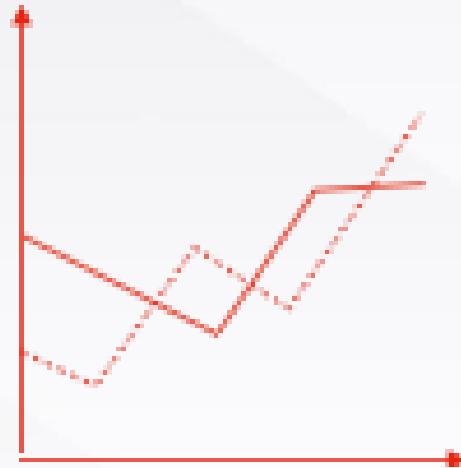
房价指数预测模型

百万级成交数据的训练
城市基础数据与房产交易数据的打通
 $T+1$ 的学习训练机制



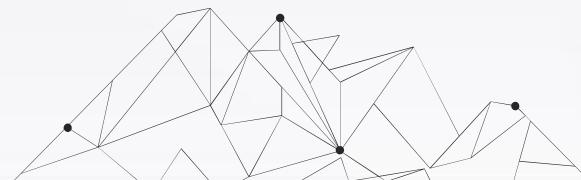


数据背后的智能计算



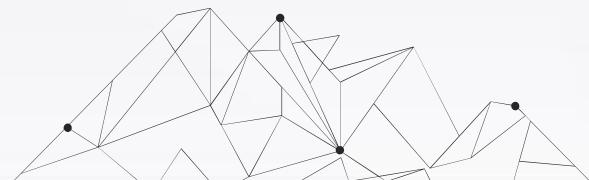
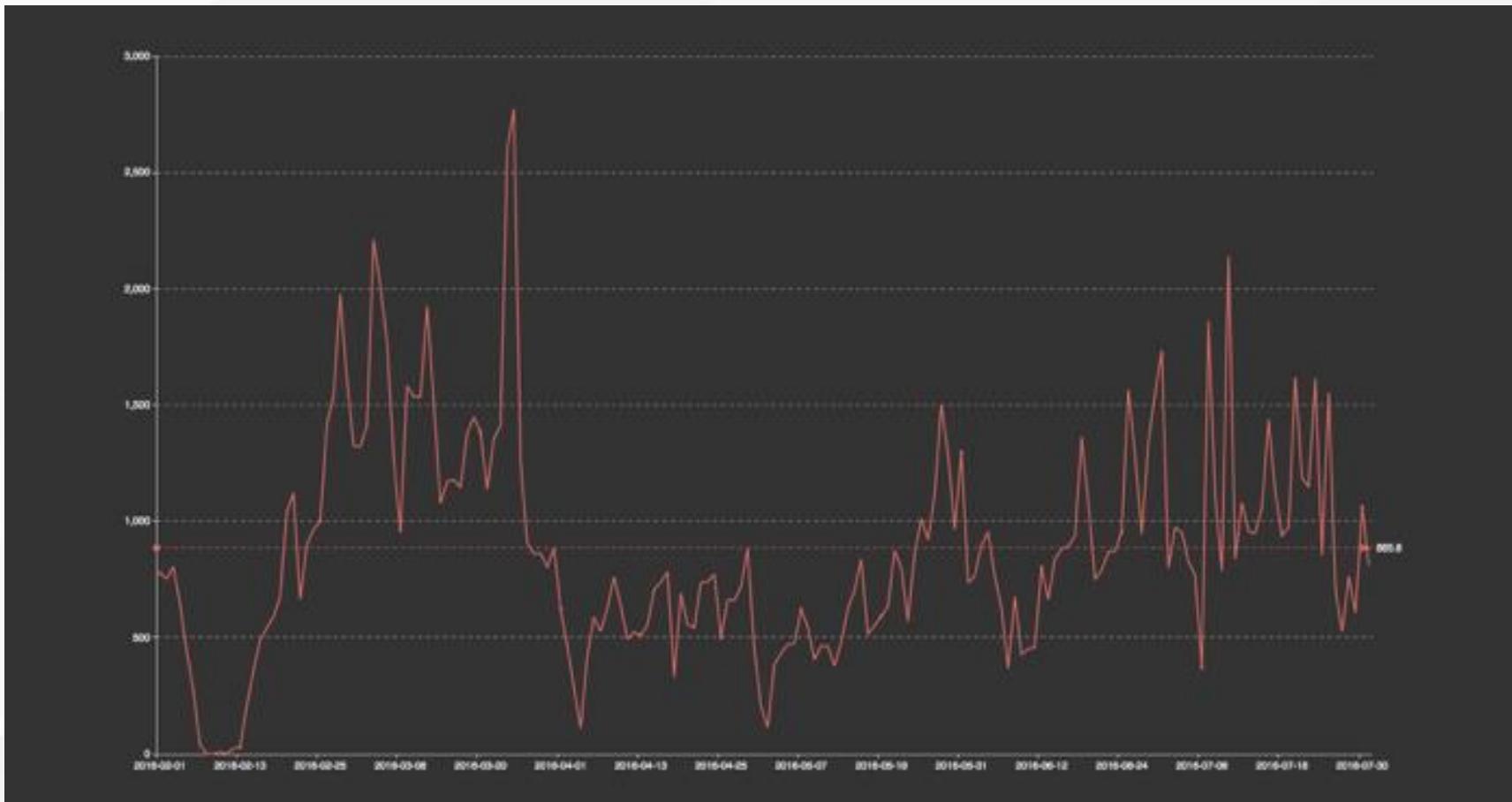
房价指数预测模型

百万级成交数据的训练
城市基础数据与房产交易数据的打通
 $T+1$ 的学习训练机制



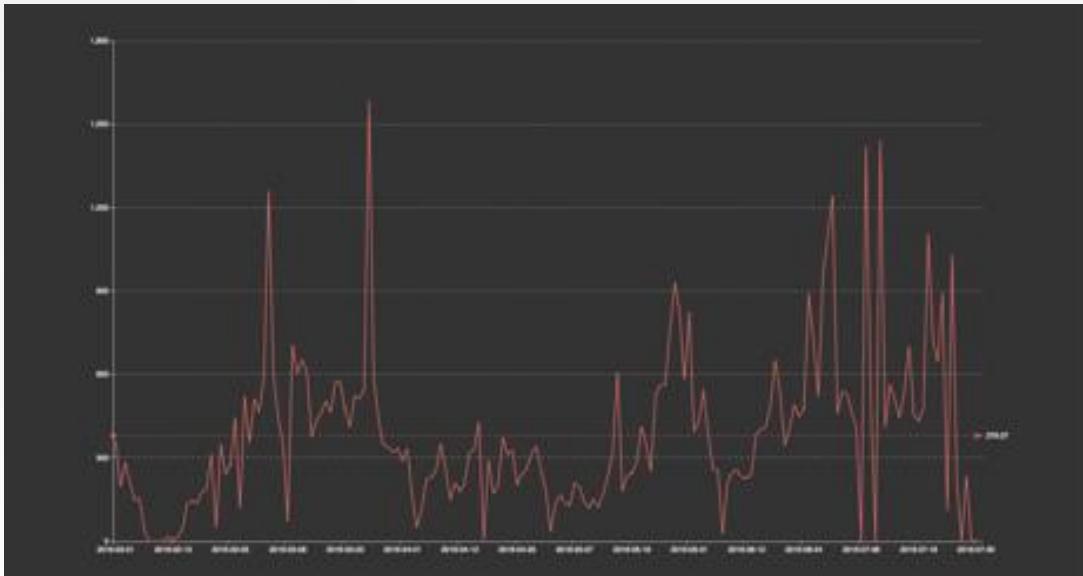


数据背后的智能计算





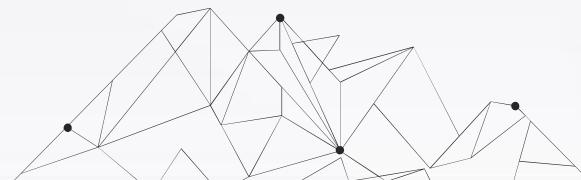
数据背后的智能计算



新房交易

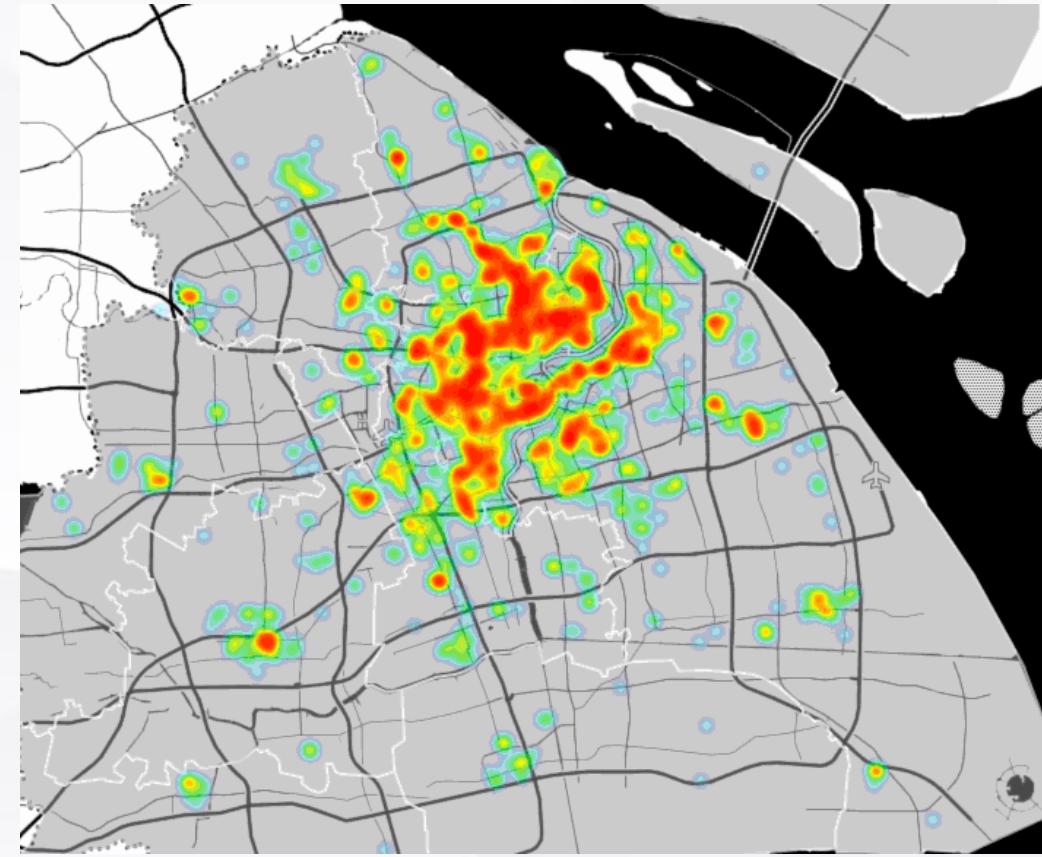
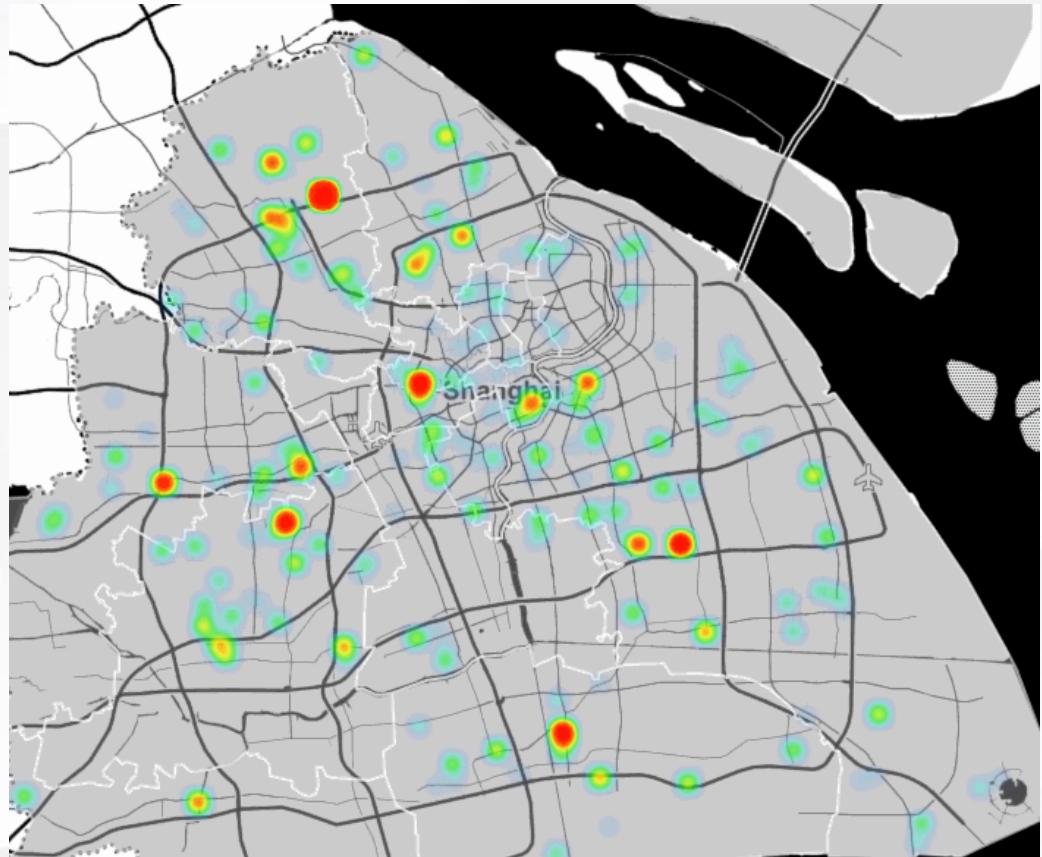


二手房交易



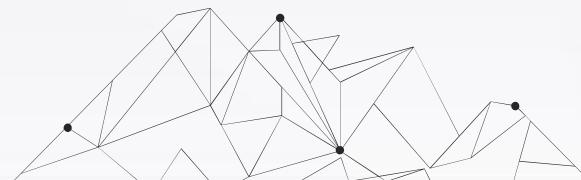


数据背后的智能计算



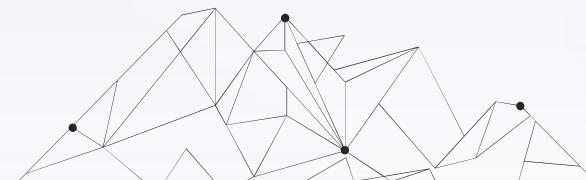
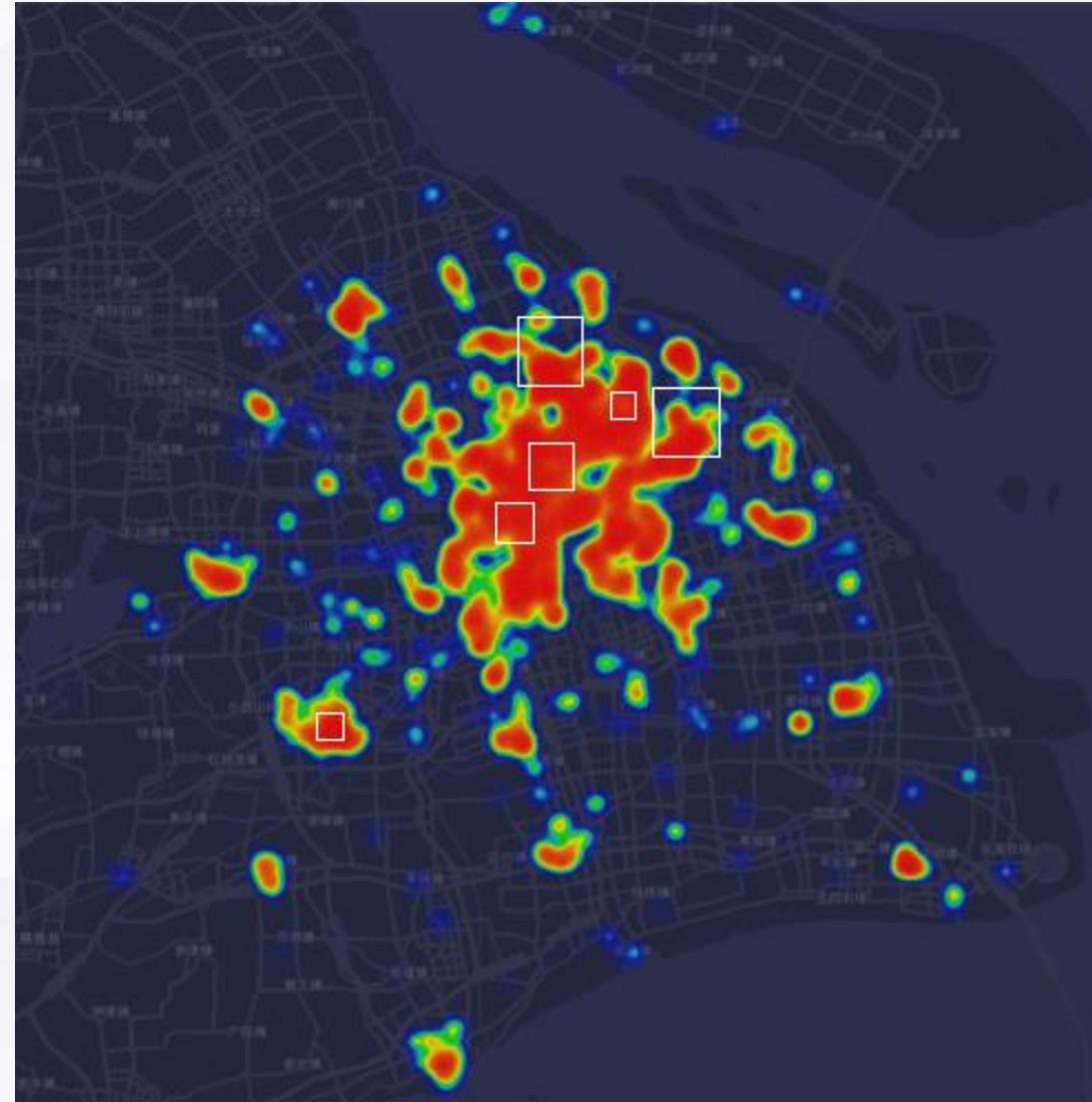


数据背后的智能计算



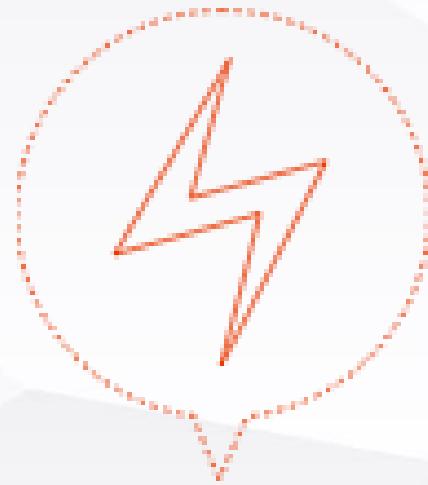


数据背后的智能计算

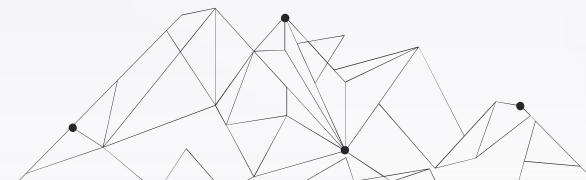




数据背后的智能计算

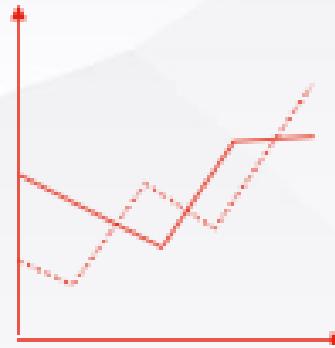
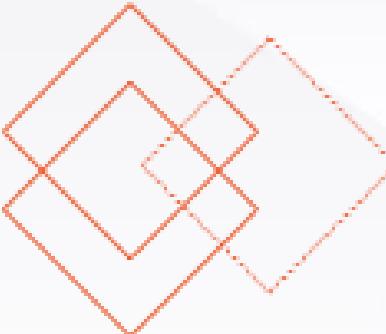
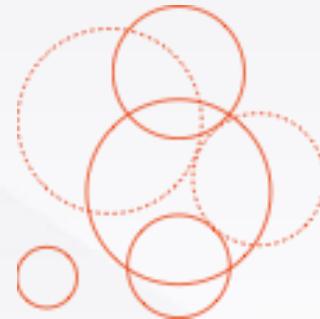


市场预警模型

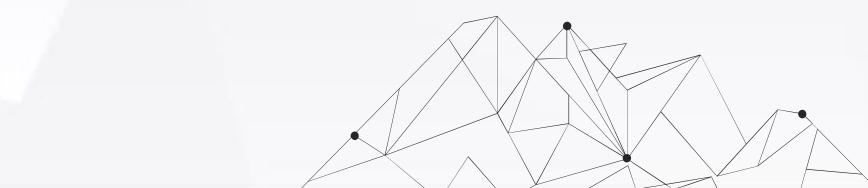




智能时代的房产营销变革



阶段1	阶段2	阶段3	阶段4	阶段5	阶段6	阶段7	阶段8	阶段9	阶段10	阶段11	阶段12	阶段13	阶段14	阶段15	阶段16	阶段17	阶段18	阶段19
制定策略报告	组建销售团队	建立沟通机制	推进企划、售展工作进度	制作管理工具	制定业务标准	制定蓄客计划	分析销售数据	制作定价报告	制定开盘方案	制定售足签退流程	制定续销计划	跟进回款	跟进请佣	发展团队能力	维护客户关系	项目风险控制	配合项目收尾清算	撰写结案报告
1-1 分析市场	2-1 预估项目流量	3-1 分类沟通对象	4-1 推进项目工程进度	5-1 业务对外管理	6-1 制作销售界面	7-1 收集竞品和本案数据	8-2 分析本案数据	9-1 分析数据	10-1 分析项目现状	11-1 与甲方确认工作制度要求	12-1 确认项目的考核目标	13-1 建立回款奖惩制度	14-1 突击强化甲方关系	15-1 提升业务技能	16-1 了解甲方企业背景及企业文化	17-1 控制项目进场风险	18-1 领取撤场书面通知书	19-1 收集资料
1-2 分析项目	2-2 调聘人员编制	3-2 确认相关部门责任人及代理人	4-2 推进企划、售展工作进度	5-2 业务对内管理	6-2 制作销售流程	7-2 研判目标客群	8-3 分析客户数据	9-2 分析项目价值	10-2 确定开盘方式	11-2 风控管理制度要求	12-2 找寻项目核心营销问题点	13-2 制作回款管理工具	14-2 沟通佣金支付额度	15-2 提升凝聚力	16-2 了解甲方组织架构及各岗位职能权限	17-2 控制项目开盘风险	18-2 上报区域管理部	19-2 回避全套
1-3 分析客户	2-3 设定团队人员层级	3-3 明确沟通方式	4-3 推进销售道具制作	5-3 行政对内管理		7-3 确认甲方预算	9-3 客户需求反馈	10-3 制定开盘流程	11-3 制定售足签退流程图	12-3 根据项目核心营销问题点，得出解决方案	13-3 确定回款跟进周期	14-3 校对请佣结算单	15-3 提升团队协作能力	16-3 观察甲方重要岗位的工作（生活习惯）习惯	17-3 控制项目销售风险	18-3 整理物资清单	19-3 分析情况	
1-4 制定推广策略	2-4 明确招募渠道（内部调整/社会招聘）	3-4 设定沟通频率				7-4 确认推广通道、诉求、节奏	9-4 明确营销目标	10-4 分工岗位及培训	11-4 确定各环节细节和责任人岗位要求	12-4 制定终端销售方案内容	13-4 明确责任人职责	14-4 发起请佣流程		16-4 评估甲方各岗位关系	17-4 控制项目撤场风险	18-4 核实物资完整性	19-4 总结全面得失	
1-5 制定蓄客策略	2-5 提交申报流程	3-5 编制沟通结果				7-5 判断客户匹配度	9-5 确定定价方法与原则	10-5 演练开盘流程	11-5 制作各类流转表单	12-5 制定推广计划	13-5 审查回款情况	14-5 跟进流转进度		16-5 了解甲方各重要对接人喜好/爱好	17-5 突发事件	18-5 清算未结算的相关费用		
1-6 制定销售策略	2-6 完成团队搭建					7-6 设计、组织客户收口	9-6 制作价目表	10-6 协调及相关部门配合	11-6 培训及实施	12-6 配合续销事项	13-6 突发性政策变化应对	14-6 开票	16-6 填写甲方个人档案		18-6 签收撤场确认单			
1-7 制定客服策略	2-7 确定人员分工					8-1 分析竞品数据	9-7 确定折扣体系	10-7 实施开盘方案	10-8 总结开盘方案			14-7 催佣	16-7 回应甲方提出的工作要求					
												14-8 确认帐收		16-8 维护甲方常态化需求				
												14-9 制作奖金单						





THANKS