

让业主爱上“当业主”

聪明的开发商玩转朋友圈营销

客户在哪里?购买人群在哪里?多年的摸索让精明的卖方意识到,漫无目的去扫街不行,精准营销才是王道。

于是,2013年,圈层营销越来越受开发商青睐,尤其是高端楼盘,通过已有客户资源的推荐,往往能找到与其购买力相当的客户群,再对其进行多方位“攻克”,往往能达到事半功倍的效果。正因如此,“朋友圈营销”大行其道。 现代快报记者 肖岚

“物质刺激”瞄准老业主

老业主推荐新客户购买成功,可获赠面值不菲的苏果卡或者1年的物业费;而有老业主的推荐,买房人有时候能获得现金优惠——推荐与被推荐方均能得到实惠。在2013年的楼市销售中,推出这样政策的开发商越来越多,可见房企对老业主的重视程度越来越高。

记者从河西热销盘海峡城了解到,在该楼盘今年的成交房源中,老业主推荐购买的比例高达40%左右。而来自万科、朗诗、栖霞建设、世茂等企业各大售楼处的信息也显示,老业主的推荐购买率居高不下。在某楼盘的样板间,记者甚至目睹了这样的趣事,一位老业主询问前来看房的陌生人:“你准备买吗,能算我推荐的吗?”该老业主还热情地表示,“小区很不错,住得颇愉快,值得买!”“物质刺激”对老业主来说有多大动力,由此可见一斑。

“高大上”答谢宴揽人气

圣诞PARTY、新年音乐会、芭蕾舞剧……适逢年底,开发商纷纷举行各类答谢活动,可谓丰富多彩:新城地产在江北弘阳广场、鼓楼紫峰大厦两大卢米埃影城,为业主进行“感恩定制”,包下两大院线豪华厅,观看电影《私人订制》;海峡城将在2014年1月1日,为业主奉上经典芭蕾舞剧《天鹅湖》;

保利地产启动了包括海底捞团宴聚会、万元金条赢回家、俄罗斯顶级交响乐团音乐会在内的一系列答谢活动,攒足人气;苏宁置业则办起了“世界海洋生物展”,四大售楼处同时发放入场门票,口口相传,对有宝宝的家庭来说吸引力十足。

记者注意到一个有意思的现象,开发商的答谢活动大多高大上,颇具吸引力,业主普遍愿意自己参与,或者带朋友一起。同时,这类活动也往往是朋友聚会、聚餐的谈资,无形中起到宣传项目的效果。试想,当朋友听说你要去听他向往已久的音乐会,并用羡慕的眼神看着你时,作为业主,是不是倍儿有面子!

一条好微信,一次好广告

2012年微博营销赚足眼球,而2013年,微信营销显然更受开发商青睐。精心炮制图文并茂、能引起广泛关注甚至被广泛转载的微信,是许多开发商津津乐道的事。前几天,城东某楼盘开发商针对自己即将举办的活动编辑了一条微信,并在其中注明,该条微信赢得50个赞即送100元苏果卡,更多点赞数量礼品也更丰厚,一时间在微信圈引起集中转发。而今年仙林楼盘高科荣境举办的一系列读书会活动,请到了毕飞宇、赵本夫、吴小莉等知名人物,相关微信在朋友圈里人气高涨,宣传效果极好。“一条好微信就是一条好广告!”此语并不夸张。

■购买守则

推荐别人尤其是亲友买房子,可不能随随便便,总要对人负责。那么,什么样的房子值得推荐呢?以下五条守则可供参考。

推荐守则1 楼盘品质百里挑一

楼盘品质包含的内容就多了。房子的户型设计要合理,方正通透,有多重附赠更佳;大户型要宽敞舒适,小户型要紧凑实用;外立面要高端大气上档次;产品上体现科技创新、绿色节能元素更好;精装修房则要用材讲究,装修标准更要高。

推荐守则2 物业服务要贴心

物业管理这样的“软件”,现在已经越来越重要了。谁也不希望自己家的房子质量还不错,物业管理却乱糟糟。非业主随意进出,小区内杂草丛生、水景无人维护,这样的房子二手房价格肯定不上去。你看人家万科、仁恒,住进去以后,都不舍得搬!

推荐守则3 房屋质量口碑好

买房最怕买到有质量问题的,

漏水、裂缝、地面不平,那叫一个糟心!怎么办呢?其实开发商对质量的把控是否严谨,从他过去开发的楼盘大致可以看出一二。南京一批老牌房企,如栖霞建设、银城地产一直以房屋质量好、投诉少而拥有不错的口碑,被推荐频率那是相当高。

推荐守则4 性价比高有潜力

这个价格能不能买?现在出手会不会被“套牢”?如果这个房子在与其他候选项目进行比较时,性价比明显突出,并且明显有升值潜力,倒是可以果断推荐亲友购买。如果板块价值透支严重,价格严重虚高,那就别推荐了。

推荐守则5 企业品牌挑好的

价格在可承受范围内,买品牌企业的房子似乎已是金科定律。近年来,除南京本土房企外,万科、中海、保利、金地、万达等几十家全国性的地产大鳄纷纷进入南京,为买房人提供了更多选择。



新城玖珑湖热销密码解锁



作为全国前20强的上市房企,新城地产此前在南京相对低调。但自新城香溢紫郡项目开盘以来,新城逐渐走入大众视野。新城香溢紫郡、新城玖珑湖两大区域标杆项目分别盘踞南京的一南一北,各自依托长江、九龙湖的区位优势,两盘皆被标上“区域热销明星盘”记号。至此,新城地产在南京有了代表作。以新城玖珑湖为例,该盘为南京楼市敬献临湖的完美三代居,四季度首次开盘即创下4亿的骄人战绩。

热销密码1

专注“让幸福变得简单”

新城地产是专注于长三角地区优质住宅开发的地产企业,也是中国地产20强企业,也是长三角区域领先的住宅地产开发商。为了实现“传播幸福,成就梦想”的美好愿景,新城地产一直专注于“让幸福变得简单”。

时值2013年末,新城地产的砥砺前行迎来新的辉煌。在全国范围内,新城旗下各大在售项目全线热销,新城物业在管项目飞速升值,新城的市场和客户口碑不断提升。在重点布局的南京市,目前在售的新城玖珑湖和新城香溢紫郡两盘年销售额高达30亿元,热卖3000余套,成为整个南京楼市备受瞩目的明星。

热销密码2

规划助九龙湖价值上行

根据近期出炉的《江宁九龙湖片区控制

性详细规划》,九龙湖畔未来将配建6所小学、5所中学和11所幼儿园。九龙湖将被打造成南京高新技术产业及先进制造业聚集地,同时是兼有居住、文化、教育及景观等综合功能的城市片区。

规划还显示,九龙湖板块商业服务业用地达258.27公顷,为整个板块奠定了坚实的基础。截至目前,九龙湖片区已开发的商业服务业用地为39.4公顷,这意味着,未来还将有高达218.87公顷的商业服务业用地待开发。而板块的教育科研用地总占地面积为266公顷,有望一改江宁优势教育资源缺失的现状。

热销密码3

最后的主城湖居标杆项目

放眼全球,越来越多的人因对湖水的迷恋而对湖居生活无限向往。而在南京,九龙湖有“最后的主城湖居保留地”之称。新城玖珑湖毗邻九龙湖东岸,最近处与湖岸相隔仅50米,属于城市中不可多得的生态美地。让

玖珑湖业主尽享“湖湾、湿地、鲜氧”的慢生活。一线临湖物业的极端稀缺性,也让房产增值潜力大大超越普通产品和其他非一线临湖产品。

为了让业主的日常生活尽可能与湖景融为一体,新城玖珑湖的社区规划完全沿原生湖岸展开,社区出入口、楼栋排布,均为了最大程度赏湖而考虑。社区园林则采用多重景观组团,包括2万㎡中心花园、2万㎡中轴景观、双十字庭院、6大活动场地等,让业主感受移步异景的美妙与浪漫。

热销密码4

三线地铁接驳五大商圈

新城玖珑湖位处双龙大道和诚信大道两条城市主轴交会处,是九龙湖板块内距离地铁最近的楼盘,具有1、3、5三线地铁环绕,其中在建的地铁3号线诚信大道站就在小区门口,1分钟举步即至。项目快速对接江宁5大商圈,对面规划大型商业中心,自配中心湖景商业街,吃喝玩乐购尽在家门口。同时

最新动态

新城玖珑湖部分135㎡湖景四房稀缺供应;同步火热加推7号楼90㎡三房、123㎡四房,精装交付,均价17000元/㎡。

目前优惠

目前可享1万抵2%优惠,同时本周末还有年底特惠。敬请关注

项目地址:双龙大道与诚信大道交汇处西南角(九龙湖东侧)
贵宾专线:52753666

周边有南师大附属幼儿园、南师大附属中学、同仁医院、苏果超市等教育生活医疗配套。

热销密码5

户型创新圆梦“三代同堂”

新城在行业内率先设立专门的产品、建筑研究院,将产品研发的第一手技术和经验牢牢掌握在自己手中,不断创新户型设计,为客户带来“零浪费、高舒适”的高品质居住体验。

新城玖珑湖临湖而居,一步到位开启有天有地有湖景的贵族生活。90㎡精装三房、117-135㎡地暖精装四房,尊享超高性价比,最大可享17㎡附赠空间,一户多一房,满足二人世界、三口之家、三代同堂全成长周期的居住需求。与此同时,新城玖珑湖的客厅、卧室、阳台等各个空间均采用超大面宽设计,最小户型也做到“双卧朝南”,厨卫全明,采光、通风效果极佳。低总价享超舒适湖奢生活,轻松圆您主城湖居豪宅梦。