

争抢“金三银四”市场 楼盘营销活动花样百出

“金三银四”是传统的每年上半年房地产市场销售的旺季,为了抢占这一市场,鹰城的各个楼盘使出浑身解数吸引市民到访,创意集市、网上萌宝大赛、神奇雨屋、现场烧烤、儿童职业体验……各种营销活动花样百出。面对更加理性的购房者,为了吸引客户并留住客户,各个项目也是在活动营销上下足了功夫,而有实力、品质好的楼盘已经成为购房者关注的重点。

周末小活动 各种DIY层出不穷

近一年来,鹰城楼市给人印象最深的是各大楼盘几乎每周末都有小活动,业主生日会、客户答谢会、各种DIY等千奇百怪的活动,活动主题及内容,无不吸引着人们的眼球。

“只有你想不到的,没有做不到的。”一位最近正在四处看房的市民张女士告诉记者,临近周末她都要接到好几个邀请她去楼盘参加活动的电话,什么帽子DIY、抱枕DIY、杯子DIY、手链DIY、蛋糕DIY、风筝DIY、香皂DIY……“各种千奇百怪的活动都有,有的时候也带孩子过去看看,的确是挺吸引人的。”更让她意外的是,有的售楼处还给她做美甲、发香水,“为了卖房子,简直是什么法儿都在想啊”。

据业内人士称,周末活动一般被业内称为暖场活动,利用周末市民的休息时间,推出一些有创意的小活动吸引市民到访。“开发商之所以如此热衷于暖场活动,是因为暖场活动一可以借助口碑传播提升品牌的影响力;其次,也可以拉近与客户的距离,提升客户的忠诚度以及对品牌认可度;再者,无形中也会促进产品的销售;还有最重要的一点,暖场活动可以吸引更多潜在客户的关注。”某房企策划负责人说。

大活动紧抓孩子和老人

在紧抓周末暖场小活动的同时,适时推出一些周期较长的大活动也是各大楼盘吸引市民的重要手段。

“想体验一场不湿身的雨吗?”前段时间,一家楼盘推出了神奇雨屋的活动,通过网络微信的反复炒作,吸引了不少孩子和家长的好奇心。另一个楼盘,春节一过便在自己的微信公众号上推出“萌宝大赛”,吸引广大喜欢晒娃的家长将自己宝宝的照片送去参赛。3月份,天气晴好,阳



光灿烂,一家楼盘更是将夜市烧烤搬到了售楼处,组织人们来一场品尝美味的烧烤节,各种凉菜、水果、肉串随便享用,也吸引了不少市民前往。还有楼盘近段时间搞起了广场舞大赛,来自全市的20多支老年舞蹈队,各显其能,各展风采,着实让很多年轻人也感受到了他们的精神面貌和正能量。还有的楼盘推出了儿童职业体验活动,把家长和孩子的眼球都吸引了……

很显然,这些大活动的目标人群主要是孩子和老人,尤其是比赛类、体验类活动,都能调动起孩子家长的兴趣,给楼盘带来大量的人气。

“做活动咋样人气才旺?那就是小孩和老人。”一位楼盘的营销人员毫不讳言,活动如何吸引人气已成为他们最为头疼的事情,只能靠吸引这两类人,活动才会有效果。与往年相比,活动营销常态化已成为十分普遍的现象,“我们也感觉很累,但现在竞争愈发激烈,客户日趋理性,如果不能吸引客户多次到访,基本不可能有销售。大做活动,也是市场逼迫的”。不少楼盘负责营销策划的人员表示,楼盘之间需要咬合跟进其他楼盘的竞争节奏。尽管各种促销手段都很吸引眼球,但活动对销售的促进作用还是在日益降低。

同质化活动不少 市民审美疲劳

楼盘营销活动做得热闹非凡,的确为吸引人气发挥了不小的作用,但是也越来越暴露出一些问题:同质化活动越来越多,一些市民出现审美疲劳。

“太多了,好多都雷同,去过一次就不想再去了。”记者调查发现

不少市民有这样的感受。比如一个抱枕DIY活动,几乎各大楼盘都做过,今天你做,明天他做,刚开始接触这类活动很多人兴趣比较浓,都在搞同样的活动,不少人便热度不高了。

楼盘不论是节日活动还是日常暖场活动,都希望能吸引购房者的关注,但这种一厢情愿的愿望总是被现实的冷清所打破。“楼盘多了,购房者选择空间大了,房子也难卖了。虽然做活动不见得就有人来,但这个时候不做活动就会被市场遗忘”,一项目经理表示,营销方式不断推陈出新是为了“求关注”,但乱花渐欲迷人眼,过度营销反而有害,你方唱罢我登场的营销大战,往往易使购房者产生审美疲劳,让效果大打折扣。做到在同质化竞争中寻找差异化,才是个办法。

“周末楼盘的暖场活动整体来说很单一,很难凸显单个楼盘的特色。”业内人士表示,要避免同质化的问题,除了项目本身的定位要准确,对具体承办活动的公司的专业水准也有较高的要求。

有专家认为,项目营销人员,在做活动宣传时需要将楼盘产品与营销有机结合,而不是一味盲从效仿,这是楼盘营销制胜的关键。无论开展什么活动,投入多少,应该找准切入点,找到客户与产品的共通性,针对目标客户群制定不同的营销方式,做到个性化营销。

业内人士认为,如果楼盘产品定位为刚需盘,刚需族最关心房价,在营销方式的选择上,更多地可以在价格上做文章,比如打折、推特价房、送家具等;如果定位为高端住宅,这些产品的潜在购买者往往更关心项目的环境和品质,这时开发商可以重点在这方面做文章。

(本报记者 焦曙光)

近30个项目将亮相春季房展会 鹰城市民迎来上半年 买房绝佳机会

□记者 焦曙光

本报讯 随着2017年春季房地产展示交流会的日益临近,越来越多的房企报名参加。记者从市房管中心了解到,目前已有24家房企近30个项目报名参加本次房展会,包括碧桂园、恒大、建业、华诚荣邦、常绿等在内的知名房企的热销楼盘都将在房展会上亮相。值得一提的是,不少楼盘将在房展会推出重磅优惠,这将是今年上半年鹰城市民买房的绝佳机会。

由市房管中心主导举办的房展会,多年来深受消费者好评,良好的口碑是连续举办的基础。据组委会负责人介绍,目前已确定参加春季房展会的房企有碧桂园、恒大、建业、华诚荣邦、常绿、中房、益宏嘉业、美邦、百合新地、佳田、中远尧基、宏骏、豫森、新利达、宏升国际、光泰、百顺置业、金建大光明、金石地产、冠瑞、康达等,其中囊括我市一线房企品牌以及本地知名品牌,而且不少房企连续多年参展。2017年春季房地产展示交流会是由市房产管理中心、平顶山日报传媒集团、平顶山广播电视台共同主办,由平顶山市房地产业协会、平顶山市报业广告有限公司、平顶山电视台公共频道承办,旨在推动优质房源上市,进一步去库存、促销售、惠民生。

据业内人士分析,目前我市已进入品质开发时代,市场日益规范化运作,好的企业会越来越重视产品品质和企业品牌形象,推向市场的产品更多的是精品而不是次品,对于购房者来说,他们也能享受到更好的住房和服务。不少本地企业负责人也由衷地表示,卖得最快的还是那些五证齐全、品牌好、产品好、物业好的房子,现在面对市场他们迎来的就是服务、品质、产品、性价比的竞争。企业要想长久健康发展,不能仅依靠政府的扶持政策,还是要把产品、服务做好,讲信誉、手续齐全,这才是根本。

同时,本届房展会将在报纸、电视台、户外、微信、网站等

进行集中宣传,也将对展会实况进行直播宣传,宣传力度空前,将有力提升参展单位的知名度,助力品牌推广,更好地向鹰城市民展示房地产开发企业等相关行业的整体形象与实力。

“目前报名火热进行中,亮相本次房展会的房企无疑就是品牌实力的象征。”组委会有关负责人称,春季房展会将于4月21日-23日在市体育村举行,优质展位有限,期待更多有实力的房企早日确定。报名热线:2636032、13592197088;媒体咨询热线:7391333、13938652930。

近日,听说本月就要举办春季房展会了,不少市民纷纷前来咨询,很多人表示挺期待房展会的,“到时是不是有更大力度的优惠?”记者昨日从市房管中心了解到,参展房企届时将会有较大的让利和优惠活动,对于买房人来说是一个难得的置业好机会。

“随着整个市场的优胜劣汰,人们更愿意选择小区环境好、品质高、物业服务好的楼盘,当然这些楼盘的价格可能要高一些,而且这类产品在平顶山市场上还是有一定的稀缺性的,因此那些观望买房的人,还是及时出手的好。”一位资深地产策划人表示,据了解,春节过后,我市市场上已有小部分楼盘出现了涨价迹象,个别楼盘已经打出了每平方米涨200元、300元的广告宣传。

对于想购房的市民而言,房展会将会成为一次淘好房、淘实惠房的绝佳机会。据不少参展企业透露,为了吸引更多的市民关注自身的产品,抓住这次展会时机冲刺上半年的销售业绩,他们正在紧张地制定展会优惠方案。有相当多的企业给出的优惠力度是十分可观的,他们在展会布置、节目表演、产品展示等方面都将下一番功夫,以令人惊艳的姿态和让人惊喜的优惠亮相房展会。因此,想买房的人可以等一等房展会,说不定到时你有更多的选择和意外的收获。

平顶山日报
平顶山晚报

读者赏花活动通知

牡丹是中国名花之一,素有“花王”之称。“何人不爱牡丹花,占断城中好物华。疑是洛川神女作,千娇万态破朝霞。”唐代诗人徐凝的这首《牡丹诗》,让多少人对洛阳牡丹魂牵梦萦、

心驰神往。

每年花开时节,牡丹争奇斗艳,婀娜多姿。数百万株牡丹花蕊齐放,五彩缤纷,蔚为壮观,四月的洛阳,花团锦簇,绚丽多姿。真正是“唯有牡丹真国色,花开时节动京城”。

平顶山日报社读者俱乐部为回馈广大读者,携手平顶山市协程旅行社在洛阳众多牡丹园中精选了神州牡丹园、中国国花园、郁金香牡丹园供您前往观赏国花牡丹。我们将和您一起走进古都洛阳,去欣赏那国色天香的“花王”风采。

神州牡丹园 + 白马寺(不含白马寺门票)一日游 78元

中国国花园 一日游 78元 洛阳郁金香牡丹园 一日游 78元

活动时间:4月8、9、10、11、12……30日止(天天发团)

活动报名电话:4988096 13782497736 13849547732

神州牡丹园:盛唐建筑风格,山水园林景观。汇天下牡丹精品、聚四季名卉于一园,有当前中国牡丹的活化石——三百多年树龄的牡丹王;世界上最长的百米园龄长廊——唐三彩牡丹壁画。

中国国花园:以隋唐历史文化为底蕴,以牡丹文化为主要内容,融历史文化、牡丹文化和园林景观为一体,享有“中国国花第一园”之美誉。突出体现了传统皇家园林的造园风格,堪称洛阳园林之翘楚。

洛阳郁金香牡丹园:园区分别以郁金香、牡丹、苗木、欧式大型喷泉雕塑、荷兰风车村构成的观赏区域,花卉种植面积400余亩,其中300多亩牡丹花、100万株郁金香。