

逾200品牌共议新经纪:品质是品牌的生命线

■ 欣柴

11月11日,贝壳找房“2020新经纪峰会”在海南三亚举行。大会以“新经纪·新力量”为主题,来自全国200余家品牌、产业链上下游1300余位服务者汇聚一堂,共同探讨行业发展经验,共话新经纪服务新趋势。

当天,40家经纪品牌分别被授予合作先锋奖、卓越成长奖、星光雇主奖和安心服务奖,以此表彰对行业的贡献与推动。在峰会上,参会品牌就品质发展进行热议,共同探讨新经纪时代下品牌的未来发展方向,并形成共识——品质才是品牌发展的生命线。

新经纪品牌呈现指数级增长

从2018年与贝壳合作至今,门店从100家增至800家,人效翻倍,店均业绩翻倍……近两年,房屋发展迅速,这家成立于2000年的老牌房经纪公司“迭代”速度越来越快。

“从游击队到正规军,我们的

专业提升,也让消费者购房有了质的改变”,富房总经理张晓舟表示,目前富房已进入用户体验与服务效率都显著提升的阶段,接下来就是要继续打硬仗,谋求更大的发展。

而在千里之外的杭州,大户型地产创始人刘晓明2018年与贝壳合作成立贝壳品牌,从0起步,目前已发展成为地跨3城、规模近300家门店的新经纪品牌,旗下经理人超过2000人,人效、成交步数提升,今年10月进入了平台合作品牌的前十名。

富房和大屋的经历,不过是新经纪品牌发展的一个缩影。目前,贝壳找房合作的新经纪品牌达26个,覆盖全国103个城市的4.2万家门店和45.6万名经纪人。

“品牌本身的生存环境发生了很大变化”,新经纪品牌联盟主席、21世纪中国不动产联合创始人、总裁兼CEO卢航表示,纵观过去20年的行业发展史,很多品牌昙花一现,但新经纪品牌则呈现不同特



性:发展快、走得稳。

这点也成为在场不少品牌的共识。

“正大越来越多的人意识到,合作大于技能提效,正大人的合作意识和水平都大幅提升。”正大房产董事长苏绍清表示。在当地市场,正大也创下了多个“第一”:租赁业绩第一名、新房业绩第一名、员工数量第一名……正大房产从2018年底与贝壳合作至今,新房业绩增长约80倍。苏绍清指出,正大跟贝壳合作以后有三个显著变化:一是业绩方面的稳步提升,二是线上能力有了质的飞跃,三是管理水平的大幅提升。

“我们一直希望得到正规有效的培训,也一直在尝试向外学习,与贝壳合作满足了这一年多的希望。”天津郡利达地产创始人田秀英坦言,2018年9月,郡利达与贝壳找房达成合作,对郡利达而言堪称事半功倍,“让品牌的发展快了不止10步”。正因如此,郡利达此次也被授予“合作先锋奖”。

服务品质
是品牌可持续发展的生命线

“合作贝壳后,基于平台提供的大数据和科技支撑,做品牌更容易,但同时对品牌也提出更多挑战,因为品牌自身需要明确的价值主张和竞争力。”卢航表示,合作贝壳,让此前行业的高标准变成了平台基本要求,而品牌能为店东和经纪人提供什么价值,能否为消费者提供优于其他品牌的的服务,则是对品牌的新的挑战。对此,卢航建议,品牌需要注重品质,实现有品质的增长。

在苏绍清看来,房经纪行业已经进入品质竞争时代,哪个品牌能够率先提升品质,将会得到消费者的喜爱,在竞争中获胜。

“作为科技驱动的服务平台,贝壳一直把用户美好居住体验作为核心关注,从而培养经纪人,是品牌发展的关键因素。对此,他建议,对经纪人好、为经纪人提供基础的从业保障、营造良好的工作氛围,助力经纪人的长期职业化发展,是品牌的追求方向。”

“品牌的品质还是归结为人的,

贝壳找房除了会提升八大服务承诺的覆盖城市、品牌和门店,还将以更严格准入标准和履约要求,切实提升用户安心购房体验。

为服务者高品质发展
提供保障

行业的良性改变离不开行业参与者,尤其是行业领军者的正向推动。经纪人正

为品牌最直观的体现是旗下门店的A类占比,头部门店的两个力量最强,一个

是执行力,一个是学习力,谈及经纪人的品质,他表示,最直观的体现在于经纪人的贝壳分,外在体现于学历与学习能力,内在则是一定要热爱这个行业。

作为科技驱动的服务平台,贝壳一直把用户美好居住体验作为核心关注,从而培养经纪人,是品牌发展的关键因素。对此,他建议,对经纪人好、为经纪人提供基础的从业保障、营造良好的工作氛围,助力经纪人的长期职业化发展,是品牌的追求方向。”

“品牌的品质还是归结为人的,

贝壳找房将与贝壳合作,提升八大服务承诺的覆盖城市、品牌和门店,还将以更严格准入标准和履约要求,切实提升用户安心购房体验。

为服务者高品质发展
提供保障

行业的良性改变离不开行业参与者,尤其是行业领军者的正向推动。经纪人正

为品牌最直观的体现是旗下门店的A类占比,头部门店的两个力量最强,一个

是执行力,一个是学习力,谈及经纪人的品质,他表示,最直观的体现在于经纪人的

贝壳分,外在体现于学历与学习能力,内在则是一定要热爱这个行业。

作为科技驱动的服务平台,贝壳一直把用户美好居住体验作为核心关注,从而培养经纪人,是品牌发展的关键因素。对此,他建议,对经纪人好、为经纪人提供基础的从业保障、营造良好的工作氛围,助力经纪人的长期职业化发展,是品牌的追求方向。”

“品牌的品质还是归结为人的,

贝壳找房将与贝壳合作,提升八大服务承诺的覆盖城市、品牌和门店,还将以更严格准入标准和履约要求,切实提升用户安心购房体验。

为服务者高品质发展
提供保障

行业的良性改变离不开行业参与者,尤其是行业领军者的正向推动。经纪人正

为品牌最直观的体现是旗下门店的A类占比,头部门店的两个力量最强,一个

是执行力,一个是学习力,谈及经纪人的品质,他表示,最直观的体现在于经纪人的

贝壳分,外在体现于学历与学习能力,内在则是一定要热爱这个行业。

作为科技驱动的服务平台,贝壳一直把用户美好居住体验作为核心关注,从而培养经纪人,是品牌发展的关键因素。对此,他建议,对经纪人好、为经纪人提供基础的从业保障、营造良好的工作氛围,助力经纪人的长期职业化发展,是品牌的追求方向。”

“品牌的品质还是归结为人的,

贝壳找房将与贝壳合作,提升八大服务承诺的覆盖城市、品牌和门店,还将以更严格准入标准和履约要求,切实提升用户安心购房体验。

为服务者高品质发展
提供保障

行业的良性改变离不开行业参与者,尤其是行业领军者的正向推动。经纪人正

为品牌最直观的体现是旗下门店的A类占比,头部门店的两个力量最强,一个

是执行力,一个是学习力,谈及经纪人的品质,他表示,最直观的体现在于经纪人的

贝壳分,外在体现于学历与学习能力,内在则是一定要热爱这个行业。

作为科技驱动的服务平台,贝壳一直把用户美好居住体验作为核心关注,从而培养经纪人,是品牌发展的关键因素。对此,他建议,对经纪人好、为经纪人提供基础的从业保障、营造良好的工作氛围,助力经纪人的长期职业化发展,是品牌的追求方向。”

“品牌的品质还是归结为人的,