

房产营销遇到了博客多,创新的房地产经纪模式触发行业变局

好屋中国欲掀全民营销狂潮

■ 记者 王萍 成都报道

当电子商务遇上房地产,就像北京遇上西雅图,两个不平行的行业、领域、人群会碰撞出怎样的火花呢?

诚然,回顾过往,当商业地产遇到了万达,火花化为了“万达线上综合体”;当旅游地产遇到了携程,火花化为了“房产携程”;当房产营销遇到了博客多,火花则化为了“好屋中国”,不同产业的跨界合作正是当今房地产行业发展的新模式。

9月22日上午10:00,好屋中国在成都明宇豪雅酒店召开新闻发布会,正式宣布启动西部市场,好屋中国执行董事刘勇,好屋中国总经理陈兴及创始股东等高层出席。

好屋中国有“最牛房介”之称,其创新的房地产经纪模式和全民营销策略广受行业关注,其极短的时间在全国扩张,引发行业高度关注。

“最牛房介”推全民经纪人模式

两个月前,号称国内“最牛房介”的好屋中国悄然从东部的苏州大本营横跨千里潜入西部成都。在整个房地产代理江湖,业界大佬们除了对好屋中国这个后来者的扩张速度感到震惊之余,无一不是带着怀疑与挑剔的目光打量其有无独门暗器,能否站稳脚跟。

在当前地产中介洗牌之际,有别于传统代理模式的好屋中国成立才一年多,就已占据了苏州市场68%的份额,今年至少要布局全国25个城市,还吸引了一些代理机构前去调研学习。有业内人士表示,一场有关地产代理商的并购大戏或将拉开序幕。

据好屋中国总经理陈兴介绍,从2001年起,各大房地产线上平台崛起,在互联网大数据时代中寻找契机。如何掌握趋势,引领互联网房产时代潮流,开创一个共享、共创、共赢商业模式?渠道是躯干,品牌是灵魂,真正的核心则是巨大基数的平台用户。只有将渠道、电商、营销、大数据、用户五维体整合在一起,才能铸建一个健康的、可持续的房产电商生态系统。博客多好屋中国正在为此而努力!倾心打造这样一个利人、利他、利社会的拥有核心竞争力,坚强躯干,和完美灵魂的好屋房产全民营销创业平台!

“我们把这个模式称之为房产全民营销时代或者说全民经纪人时代,借鉴安利模式,壮大经纪人队伍。”好屋中国总经理陈兴解释称,任何人都可以通过好屋中国平台注册为房产经纪人,注册成功后,只需将身边有购房需求的人的姓名及联系方式输入这个平台。若该客户通过好屋中国顺利成交合作房源,那么推荐人就有相应的佣金提成。

多位房地产机构人士表示,从传统销售模式到如今房产电商平台的开通,房地产领域网络化是一种趋势,在欧美地区已非常普遍,但国内仍是试探性的操作阶段。

仅仅一个注册,0门槛做房产经纪人;仅仅一个推荐,0成本助开发商量价齐升!一切以销售效果为王的服务理念在整个房产界引起轩然大波。如此强而有力的中间纽带,一站式解决了消费者购房挑选难,经纪人推荐门槛高,开发商合作成本大的三个老大难问题。

年内布局 30 个城市 三年成功上市

前不久,据相关媒体报道称,2012年DTZ戴德梁行中国商业地产服务团队在UGL收购DTZ戴德梁行后集体离职创办RET睿意德,同年,华夏柏欣核心团队与塔伯曼分手,集体转会瑞安等。如今,房地产代理行业正备受业绩下滑和人才缺失的双重打击。

一位不愿具名的地产观察人士认为,地铺模式下由于中介公司拿了佣金收入的“大头”,并因过度开铺的“红海”低层次竞争迫使其对一线经纪人实行“超高强度”的管理,使得房地产经纪人这个群体普遍难以提升“专业水平”。而随着服务需求方的成熟与市场难度的增加,开发商对于服务需求有了更为深度与落地性的要求,从而对不少长期以顾问为主或专业深度不足的公司形成了巨大挑战。整合或洗牌就成为了一种必然。

在传统房地产代理之外,好屋中国却以“房产全民营销平台”自居并异军突起。官网显示,好屋中国成立于2012年,目前在网络房产市场拥有较高份额,号称是最具影响力社会化营销网站之一。截至2013年9月,好屋中国的注册经纪人用户数已达100余万人,并已开通25个城市子公司。

对于好屋中国的飞速崛起,好屋中国总经理陈兴对记者直言,“2012年,好屋中国用一年半时间达68%完成了118个项目合作,市场份额在苏州,共完成好屋团专购71场,最高日成交房源1012套,日成交金额近11



个亿。好屋经纪人每天以3000人以上的新增注册量发展,经纪人完成销售额度超过420亿。”事实证明,好屋中国充分利用了互联网行业的同边效应,将国外领先的经纪人模式带入中国。用户仅仅只需要10秒注册好屋中国,成为好屋经纪人,不仅可以选购最优质的房源,还可以推荐朋友买房,获取推荐佣金或好屋爱心基金。

据好屋中国执行董事刘勇透露,今年公司要完成全国30个城市的布局,其中包括成都、重庆等西部重点市场,三年内实现成功上市。

另据悉,今年6月份,好屋中国已悄然布局成都,并且已开始接触当地的开发商及相关项目,甚至包括成都最大的地产代理机构正合地产董事长毛勇曾亲自到苏州调研取经。

据好屋中国总经理陈兴透露,今年公司在成都的战略目标是,开创成都房产全民营销新时代,发展20万房产全民营销经纪人和千家企业合作伙伴,帮助百万客户选择到最适合的楼盘。

好屋模式有别于传统电商

在好屋中国所引入的“独立经纪人”大数据时代,传统电商还有生存空间吗?同策咨询研究总监张宏伟表示,仅推广费用一项就可以将一个企业亏死。

“当前传统的房产电商由于处在初级阶段,更多的是作为营销系统的一个环节,过于注重形式,比如在操作层面实现安排好意向客户,最后通过之前安排好的流程进行网上操作,实际上是将线下操作的环节又增加了一个线上房产电商的环节,现在来讲是多了一个房产交易环节及成本。”张宏伟分析称。

实际上,目前传统的房产电商模式就是直接针对购房人,仅存在于网站、购房人和开发商三个关系点上,一般是购房人把钱交给网站,用以抵扣购房优惠。陈兴认为,好屋中国和传统房产电商模式的核心区别在于,在传统的房产电商模式中,购房者属于自有来源,而在好屋中国的模式中,经纪人成为了平台获取购房信息的最大来源。

而好屋中国的模式中,则是好屋中国、经纪人、购房人和开发商的四个维度。

“好屋中国模式对于传统房产电商来说,平台自身拥有源头数据,并且能保持精准、持续有效推送,平均可为渠道增量30%-80%;目标用户分类清晰,能够保障每个线上合作项目都有最优质的资源占用;专业的置业顾问,从客户的来访、看房、成交都有全程的服务跟踪,有效降低开发商的社会化服务成本。”好屋中国总经理陈兴表示。

如果从全球视野来看,好屋中国模式其实应属于一种房地产独立经纪人模式,早在60余年前就已出现在美国,如今在欧美地区已经相当普遍。据相关报道称,在美国市场,已有85%的房屋交易是通过独立经纪人来完成的,独立经纪人在国外其他地区都是一种渴求的职业。

一名不愿具名的房地产资深人士曾撰

文指出,房地产独立经纪人模式在理解经纪业的本质基础上充分运用现代资讯科技手段,依托独立的经纪人编织出更为核心的渠道网络。

全民营销利益共享

“创新的颠覆性高比例提佣以及佣金的及时交付,依托充分发挥互联网海量、即时、高效与交互的特性,实现经纪人移动办公,使其获得完全自由与自主。”前述提及的一名房地产资深人士补充说。

对于好屋中国来说,这种全民营销模式类似于安利的直销模式,也是公司实现快速扩张的法宝。刘勇认为,在好屋中国模式下,任何人都可以通过好屋中国平台注册为房产经纪人,注册成功后,只需要将身边有购房需求的人的姓名及联系方式输入好屋中国平台。若该客户通过好屋中国顺利成交合作房源,那么,推荐人就有相应的佣金提成(从几百元到几万元不等)。

“比如说,甲发展了乙,成为好屋中国的房产经纪人,而乙又发展了丙。那么,甲便可在乙的佣金中获得一定提成,乙可以在丙的佣金中获得一定提成。”好屋中国总经理陈兴表示,这种模式像安利,却只做两级佣金提取。也就是乙虽然是甲的下线,但乙再发展的下线丙,却跟甲没有任何关系。

如此一来,经纪人发展下线的积极性是否会深受影响呢?在刘勇看来,虽然只做两级,但每一级,并不限定人数。

好屋中国支付给经纪人的佣金从何而来,其自身又如何盈利?在这一点上,好屋中国与传统电商模式一样。好屋中国与开发商签订电商或团购协议,成为开发商的销售渠道之一。

据陈兴透露,目前好屋中国合作的开发企业有中海、绿地、恒大、世茂、招商、中铁、保利、金科、华润、朗诗、仁恒等300余家企业。

“具体操作流程为,开发商针对好屋中国的购房者,给出事先约定的价格优惠政策。比如,‘交一万享三万’或‘交两万享五万’,购房者只需向好屋中国缴纳团购费用,即可享受到开发商给出的特价政策。这个过程中,开发商追求的是正常销售之外的增量,而好屋中国的盈利点则在于购房者缴纳的团购费。购房者通过好屋中国渠道买房,能享受到个体散户无法享受的价格优惠,并且还可以参与好屋经纪人推荐成交拿佣金。”陈兴详细解释说。

不过,同策咨询研究中心总监张宏伟认为,如何实现网络大宗交易及“资金安全”问题,是目前电子商务在房地产领域展开所面临的重大问题;其次是房产估价的问题,如何评估一个较为合理的市场价格,像之前单凭潘石屹等所提到的“房价由购房者来定”难以解决。

“对于好屋中国来说,这个模式有着更重的任务,那就是引领行业趋势!打造‘共创、共赢,共享’的完美产业链。之于开发商,其可以大大降成本,增收益,快速消化,服务客户;之于社会,人人皆可成为好屋经纪人,无数就业就此解决。之于购房者,用最低的

成本买到了最佳房源。30个城市公司的建立,说明我们的每一步都是正确的。我们欢迎社会各界资源的加入和合作,共同开启房产全民营销新时代!”陈兴说。

【对话】陈兴 用互联网思维撬动全民房产经纪

记者:你2008年毕业,5年时间做到好屋中国总经理。你的成长速度令人惊讶。

陈兴:我大学期间担任学校的学生会主席,经常组织活动,活动的费用全部靠我和同学们拉赞助。我在学校有500人的创业团队,我是领头人。可以说,组织、管理和领导能力得到了锻炼。我一上大学就开始勤工俭学,除了大一开学的费用是家里给的,其余几年的费用全部靠自己挣。这期间,我接触到了房产代理这个行业,大学毕业也顺理成章地进入到这个行业。

我事业的顺利和今天有这样的成绩,原因主要是跟对了老板。所以我要感谢我们的董事长汪妹玲女士,她是博客多信息技术有限公司、博思堂集团和博济科技园(简称“三博”)的董事长。博思堂集团拥有13年的房产代理经验,博济科技园具备强大的孵化服务能力。

记者:相对于过去的房产营销模式,好屋中国的优势在哪?

陈兴:“好屋中国”成立于2012年,在苏州起家,开创了房产电商营销平台的O2O模式,这种模式主要运用互联网经纪人实现了将售楼处推到全社会,将每一个互联网用户都培养成为好屋的房产兼职营销服务人员。这种模式的破冰而出,最大效益地降低了开发商的广告和渠道成本,利用客户本身获取最大的精准客源,有效地缩短了资金回笼周期,实现量价齐升。同时,好屋中国将渠道、电商、营销、大数据、用户五维一体整合在一起,打造了房产电商的可持续发展系统。此外,好屋中国基于博思堂集团13年的房产代理经验和博济科技园强大的孵化服务,有强大的支撑。

记者:好屋中国经纪人模式在苏州运营的认可度如何?市场份额占电商多少?成功的案例是否可以分享一下?

陈兴:2012年,好屋中国用一年半时间在苏州完成了78个项目合作,市场份额达68%,而同期像新浪乐居的市场份额为12%,搜房的市场份额仅占7%。最近一次的成功案例是为苏州的中海·独墅9栋项目45天预约1500组客户,在开盘一周的时间里成功销售电梯公寓850套,当批次推盘套数为1000套,开盘一周即实现销售总量的85%,开盘当月实现13亿总销,其中博客多好屋中国渠道成交占比近70%。

数据是对好屋中国经纪人模式的最好的认可,它有力的证明了好屋中国经纪人模式是可行的、具有优势的。

记者:好屋中国的商业模式借鉴于安利的销售模式,请问两者有何异同?

陈兴:在公司系统设计时,我们就已经避免了安利模式的缺陷。实际上,好屋中国的模式是一种团购直销、分销模式。对于直销模式,我们很早就开始深入研究过。

举例来说,比如甲发展了乙,成为公司的房产经纪人,而乙又发展了丙。那么,甲便可在乙和丙的佣金中获得一定提成,却只做两级佣金提取。丙虽然是甲的下线,但丙再发展的下线丁,却跟甲没有任何关系。这就是我们的模式与安利模式的最大不同。

记者:目前,好屋中国的市场占有率如何?品牌影响力怎样?

陈兴:好屋中国成立19个月以来,目前已经扩张至全国25个城市,已有5万个家庭受益,房地产代理营销金额达500亿元,拥有64家战略合伙人。此外,好屋中国已与中海、招商、中铁、保利、金科、华润、朗诗、仁恒等300余家房企进行合作,拥有近3000万精准在售楼盘库,每天帮助上千人成功买房。

记者:今天与好屋中国签约的都是一些传媒公司、WOWO超市等企业,怎么合作?

陈兴:我们通过与一些传媒机构、WOWO、职业学院等建立联系,来拓展西南市场,像WOWO超市就可以成为好屋中国的临时售楼点,WOWO超市的员工也可以成为经纪人,分享佣金收益。

在成都,我们已经有15个房地产服务项目,包括中铁、蓝光等开发商旗下的项目。对于合作的开发商,我们是经过充分评估的,像房地产百强企业或品牌开发商等才能入选。

记者:在这种模式下,市场主要参与者如何受益?

陈兴:对于开发商来说,最直接的好处就是降低他们的财务成本,实现企业利润率的最大化,缩短开发项目的销售回款周期。

比如,好屋中国模式平台自身拥有源头数据,并且能保持精准、持续有效推送,平均可为渠道增量30%-80%;目标用户分类清晰,能够保障每个线上合作项目都有最优质的资源占用;专业的置业顾问,从客户的来访、看房、成交都有全程服务跟踪,有效降低开发商的社会化服务成本。

对于购房者来说,通过好屋中国的渠道买房子,可以在总房价的基础上优惠3%。实际上,房源越多,优惠越多,我们的房源都是面向全国,不是说你是成都的经纪人,就只能局限在成都,而是可以异地营销。

记者:好屋中国最少提供万分之一的佣金给经纪人,再加上降低了消费者购买的房价。请问,好屋中国靠什么盈利?

陈兴:我们的商业模式是最赚钱的。短期来说,好屋中国主要收取成功购房者的服务费,这个服务费根据不同房源有不同的收费标准。虽然好屋中国销售的房屋价格会比消费者直接购买便宜3%左右,但消费者购买量比较大,“薄利快销”,目前是盈利的。从长期来看,我们还给消费者提供很多增值服务。此外,网站的大数据、流量都比较大,并因此吸引投资者,目前公司已得到海内外资本的强烈关注,我们的目标是做成上市公司,实现3年内上市。

记者:你们是否担心自己的模式会被复制,并因此遭遇大批竞争对手?

陈兴:模式容易复制,但执行力、资源等难以复制,无论是传统房介、还是网络房介,我们在客户资源整合、智力策略支持、线下拓客深度、落地活动执行等方面,都具备非常明显的优势。网媒电商比不起,也比不赢。

记者:成都房产界拥有庞大的传统中介队伍,会不会和他们合作?

陈兴:公司目前主要做一手房市场。不过,随着公司业务的发展,公司也会涉足二手房、商铺等市场。虽然跨越了市场,但这对经纪人职能要求的转换难度并不大。

同时,我们非常愿意与成都的房产中介公司合作。本地房介可能只专注本地市场,但是可以利用好屋中国的互联网优势,把业务做到全国乃至全球。目前也有一些合作正在谈。

关于好屋中国

好屋中国成立于2012年,隶属于苏州市博客多信息技术有限公司,基于博思堂集团13年的房产代理经验和博济科技园强大的孵化服务,在2012年好屋中国新平台、新服务一触即发。目前在网络房产市场拥有较高份额,是最具影响力社会化营销网站之一。好屋中国涵盖了最全面的精准在售楼盘信息,创造数万名经纪人零投入创业机会。截至2013年9月,好屋中国的注册经纪人用户数已达100余万人,并已开通25个城市子公司,直至年底将完成30个城市子公司布局并将业务延展到海外地产。

好屋中国是基于房产社会化营销创业平台,拥有有效的互联网技术,全线贯通线上线下购房流程,提供推荐买房、自购买房相应服务,帮助个人实现零成本零风险创业,成功推荐即可获得开发商提供的高额奖励。目前拥有近3000万精准在售楼盘库,每天帮助上千人成功买房。