2016百度数字营销案例大赛

lianjia.链家 & Baidu百度

真房源 为你为家

CONTENTS

01 *Part One*
整体市场洞察&链家市场地位

02 *Part Two*
品牌整体策划方案

03 *Part Three*
品牌整体执行方案

04 *Part Four*
品牌传播效果评估

PART ONE

整体市场洞察&链家市场地位

整体市场洞察：2016全国房产市场成交趋势上扬

2016 年全国主要楼市新政

2016年2月：下调不限购城市首套房首付比例最低至20%

2016年3月：两会政府报告提出完善支持居民住房合理消费的税收，新政政策、适应刚需和改善性需求，因城施策划解房地产库存，建立租售并举住房制度

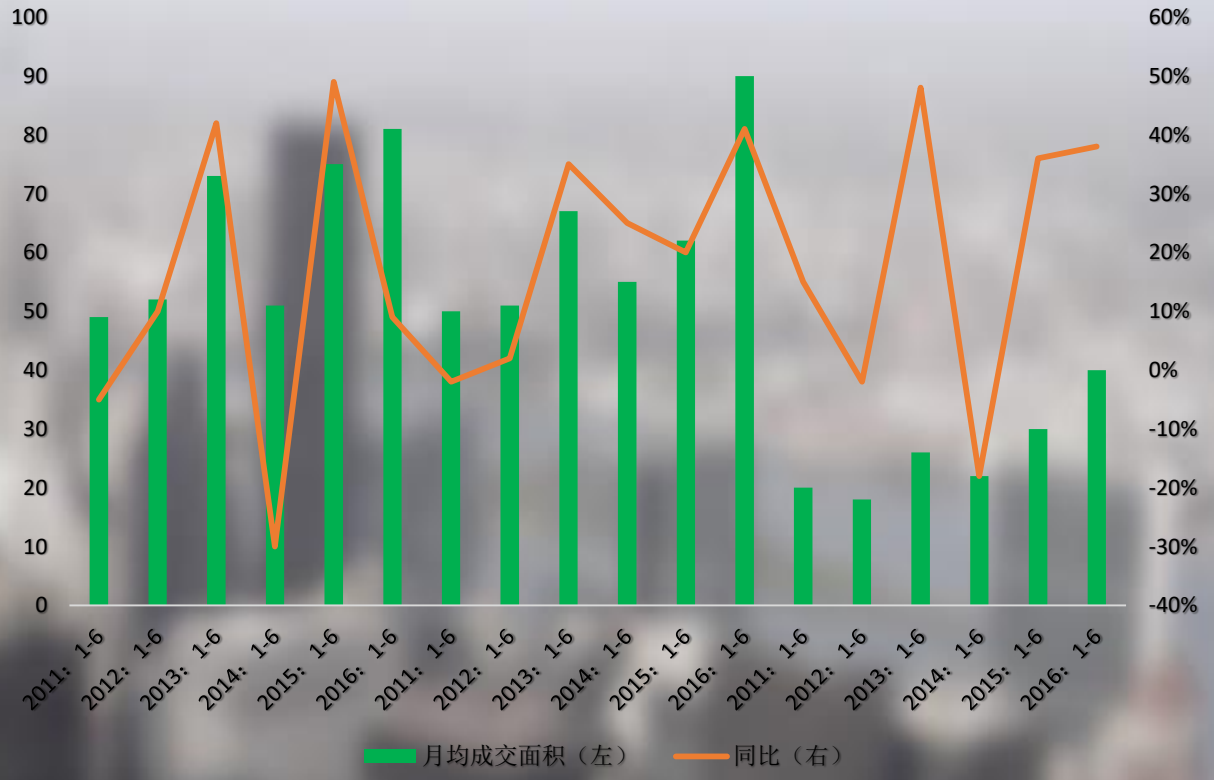
2016年4月：中央政治局会议强调有序消化房地产库存，注重解决区域性、结构性问题，实现差异化的调控政策

2016年1月：国务院常务会议提出放开农村转移人口落户、城镇建设用地增加规模与农业转移人口市民化挂钩等

2016年2月：进一步下调房地产交易环节契税、营业税

2016年3月：国家税务局下发（关于全面推开营业税改征增值税试点的通知）

2010-2016年上半年各级代表城市成交量及同比增速



数据来源：智研咨询201606 / CREIS 中指数据，fdc.fang.com

目前房产交易市场中问题现状：假房源充斥市场

图片虚假

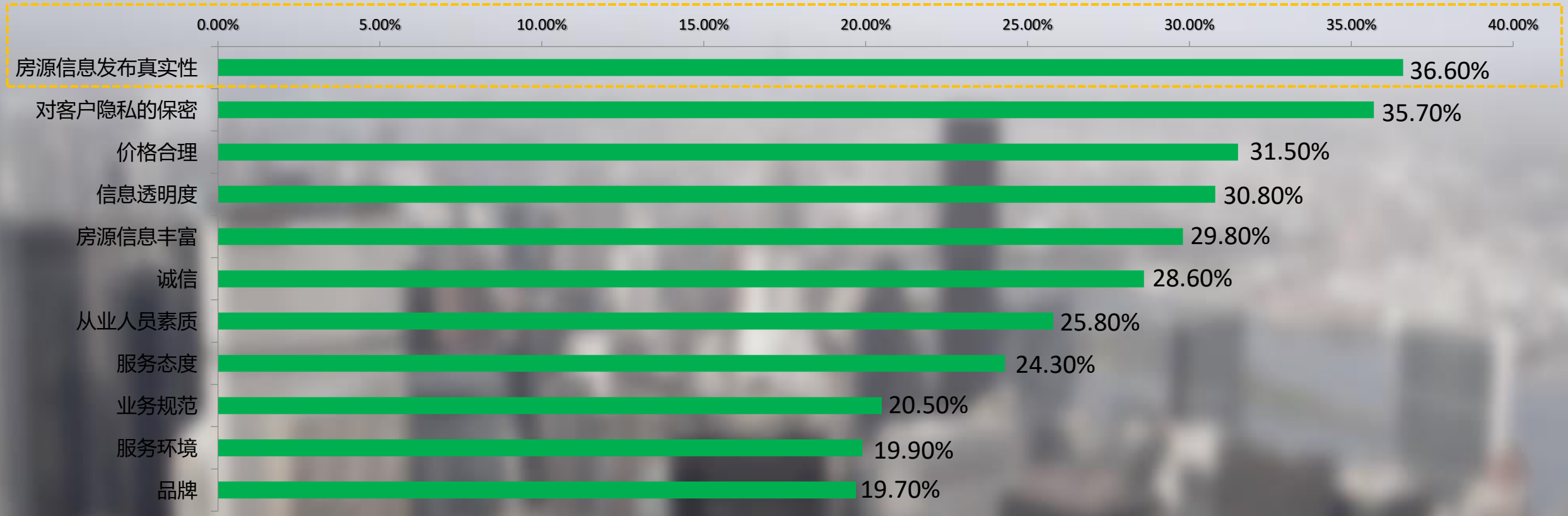
价格虚假

地址虚假

多年以来的房产中介行业中，假房源已成为一种“潜规则”，不发布假房源则没有客源，整个行业陷在恶性循环中，丢失了人与人之间的基本信任。

房产服务受众人群分析

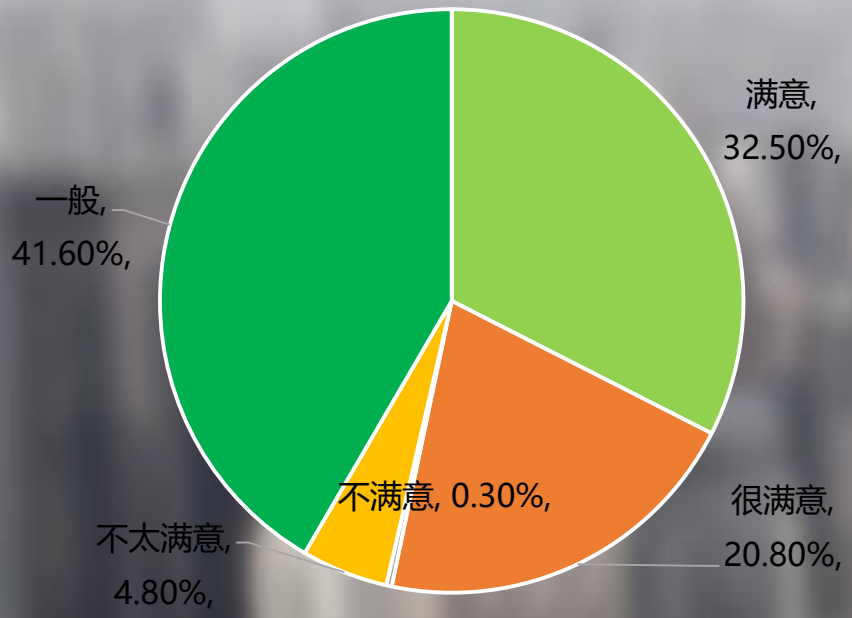
消费者基于哪些原因会选择房产服务中介？



数据来源：《中国消费者报》联合清华大学媒介调研实验室，共同发布《中国房产服务行业消费者满意度调查报告》

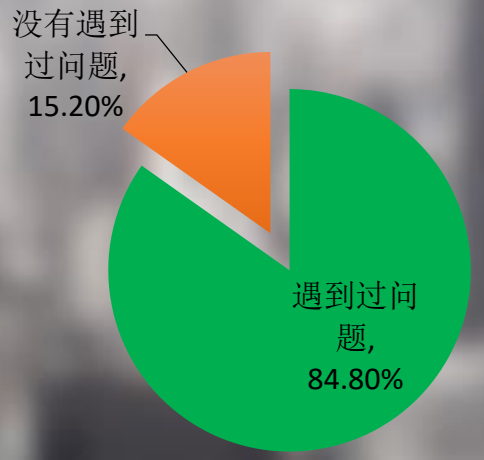
用户对房屋服务机构的口碑反馈

消费者对房产中介服务的总体满意度



购买过房产中介服务的消费者多数遇到过消费纠纷
产生纠纷的主要原因是电话骚扰、虚标房价

购买过房产中介服务的消费者遇到问题的比例



消费者遇到的问题

数据来源：《上海市房产中介消费者满意度调查》
《中国消费者报》联合清华大学媒介调研实验室，共同发布《中国房产服务行业消费者满意度调查报告》

用户主要痛点

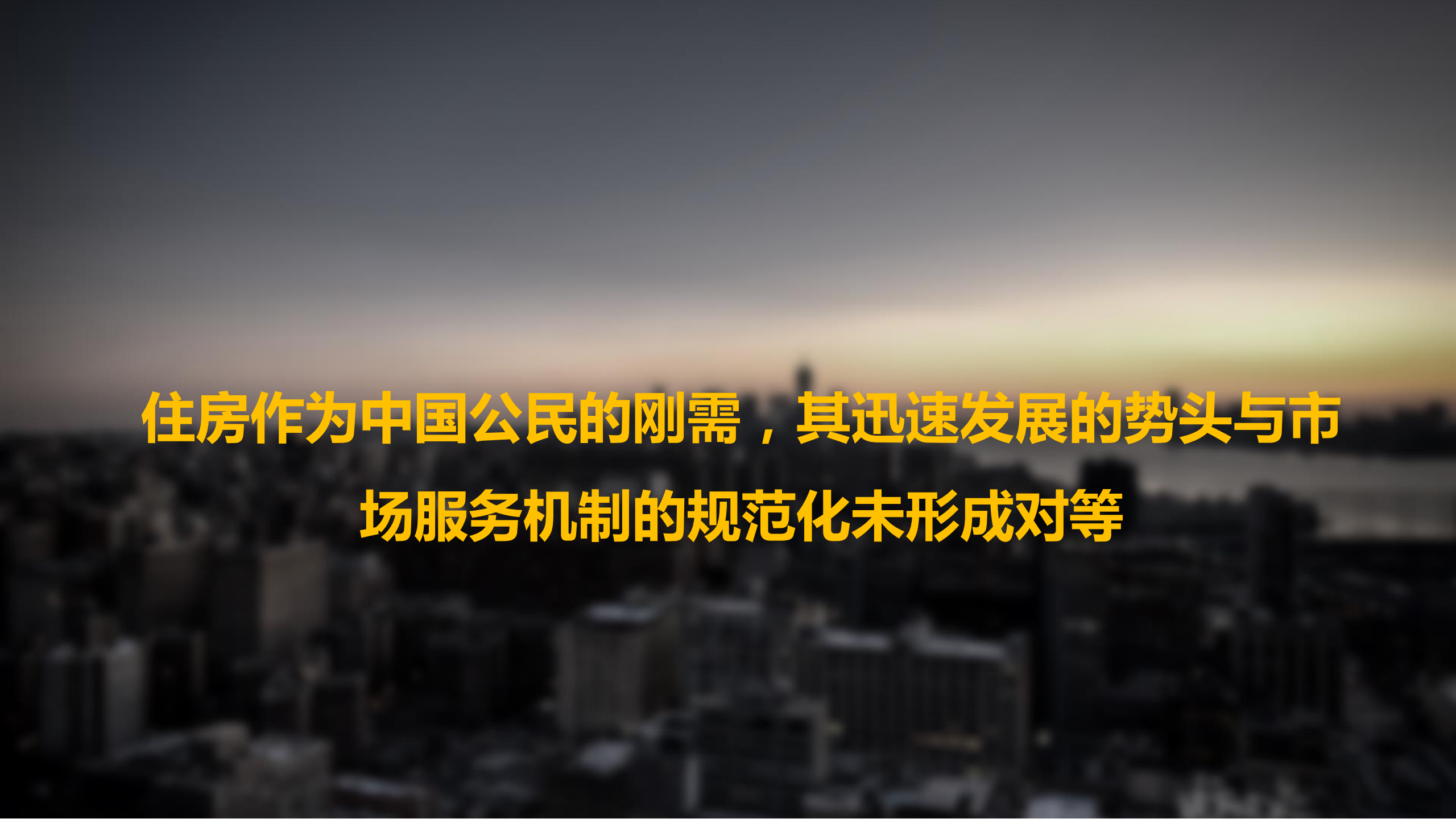
信息虚假，房源虚假，电话骚扰，价格欺诈

痛点

- 租客/买家
  - 前期找房
    - 网站发布的照片信息虚假
    - 网站发布的房源价格虚假
    - 网站收集的房源信息不全且错漏频出
    - 网站筛选种类不全面
    - 对周边房子成交均价不了解
    - 新房源、房源价格调整无法及时获取
    - 和业主约看时间无法撮合
    - 地产中介大量带看房太累
    - 线下中介经纪人服务范围有限
  - 后期保障
    - 中介经纪人频繁电话骚扰
    - 购房租房问题没有人提供专业解答
    - 黑中介、二房东欺诈事件频出
    - 房子维护纠纷
    - 中介费高昂
- 业 主
  - 对市场租售行情不能及时了解
  - 房子出租/出售太慢
  - 带客看房太麻烦，时间难撮合
  - 难以区分群租、合租及住家人群
  - 租客欺诈、二房东
  - 房子维护纠纷
  - 中介费高昂

需求

- 租客/买家
  - 成交数据透明
  - 房源照片价格信息真实充实
  - 筛选方便找房快捷
  - 及时获取市场变动信息
  - 约看方便顺畅
  - 正规安全有保障
- 业 主
  - 及时了解市场行情准确估价
  - 尽快出租/出售
  - 高契合高效率减少看房次数
  - 保证租客条件符合要求
  - 房子家具有保障



住房作为中国公民的刚需，其迅速发展的势头与市场服务机制的规范化未形成对等

链家网

Lianjia.com

集房源信息搜索、产品研发、大数据处理、服务标准建立为一体的以数据驱动的全价值链房产服务平台。

主营：二手房、租房、新房。

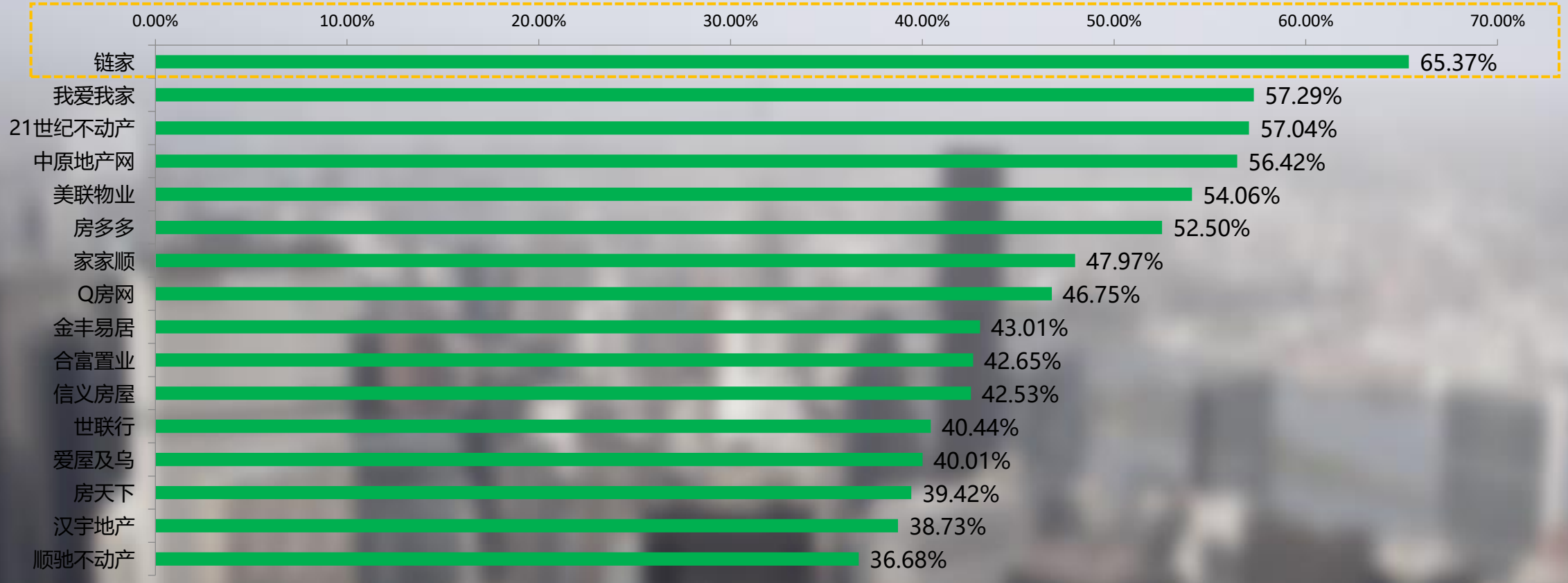
LIANJIA.链家

断腕破势，打破行业通病，切实解决用户问题

洗刷刻板印象 赢回用户信任

链家的品牌市场地位 ——行业NO1

各房产中介诚信满意度排名



数据来源：《中国消费者报》联合清华大学媒介调研实验室，共同发布《中国房产服务行业消费者满意度调查报告》

链家的用户口碑调研

房产服务行业NO.1，在用户角度依然存在一些口碑问题

布卢师：为什么我没有给你们留电话还一直有人打电话过来，问我卖不卖房子，还知道我家在哪个小区？？？！！！@上海市消保委
6月25日 20:17 回复 赞

Hikaru-★：麻烦不要再让链家这边中介打电话了，能不能把我的号码从系统中删除？
6月21日 19:08 回复 赞

刘胜南-liusn：#抵制黑心中介我爱我家# 在我爱我家租的房子，被屋子里吸血的臭虫咬成这个样子，痛痒难忍，身体和精神都收到了严重伤害，我爱我家黑心中介拒绝我的退还押金及中介费 以及赔偿医药费的要求，不给赔偿！天理何在！！！@伟业我爱我家刘田
6月20日 21:12 回复 赞

沃德庄园：链家旗下的自如涉嫌违规，我的钱到现在退不回来
6月14日 15:32 回复 赞

沃德庄园：我想投诉
6月14日 15:32 回复 赞

漂泊__流浪
作为链家曾经的用户，也是曾经的受患者，看到链家遇到危机想站出来说一句，链家的真房源，确实是真的，也没有哄抬价格扰乱市场，是个良心中介。以后有需求，还会再找到链家的。
2月26日15:53 来自 微博 weibo.com

马到成功Z：同一个房源，链家上的挂牌价比实际房东报价高很多，不准。
5月11日 14:45 回复

高洋rmvb
@链家网 贵司不是天天广告说真房源，实测之类的吗。。为啥用你们app搜，结果一个带图的都没有，坐标成都 #链家#
9月25日00:32 来自 没人给报销Android

链家诚恳致歉上海投诉用户 严肃整改保障用户利益
2016年3月1日，链家集团对近期上海发生的两起客户投诉事件再次道歉，并公布了一系列整改措施。同时，针对外界对其资金监管平台“理房通”、链家创新金融业务“链家理财”的
3月2日08:05 来自 iPhone 6

2015-2016年初 链家品牌传播做了什么

情感故事与用户沟通

链家14年，连接每个家的故事

买放心房，上链家网

“99抢房节“ 赚钱太难，链家给你9万9优惠券

借势娱乐热点造大声量

爱奇艺《奔跑吧兄弟3》网络独播的首席赞助商

买放心房，上链家网

链家+开心麻花，借势《夏洛特烦恼》四大名著系列广告

《半月传》首席赞助商

独家冠名《欢乐喜剧人》第二季

2016年 链家 NEXT STEP？
房地产服务平台

品牌形象再升级

- 向用户进行情感沟通之后如何彰显品牌品质
- 如何借助线上工具以好的产品全方位与用户对话

PART TWO

链家2016品牌整体策划方案

链家/百度/代理方 优势结合，确保品牌传播最优效果

品牌规划

- ✓ 品牌诉求定位
- ✓ 预算周期评估
- ✓ 宣传资源支持

资源平台

- ✓ 媒体流量数据评估
- ✓ 定制化产品资源拟定
- ✓ 产品技术实现支持

前期调研&运营

- ✓ 链家品牌调研
- ✓ 多媒体资源整合策略
- ✓ 产品投放实施及监控
- ✓ 效果检验和提升

品牌再升级之路 传播策略

品牌传播主题 “真房源”

应需定位
媒介定向

+

全感官
沟通

=

品牌强化
曝光

利用百度大数据协助品牌应需定位

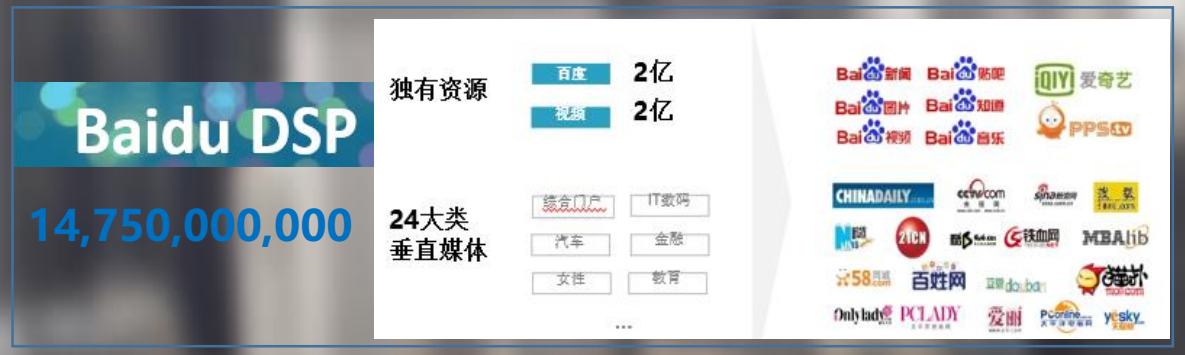
好感度
品牌代言人
参与度
品牌定位
关注度
品牌DNA
即时预测
长期兴趣
用户生命周期识别
品牌洞察
人群属性标签
用户偏好
好感度
Big Data
消费者分析
访问站点
协助品牌应需定位
历史行为
竞品信息监测
复合指标
差异化分析
蓝海挖掘
市场环境洞察
竞争品牌研究

媒介定向：选择百度多维度产品，组合创新投放思路

百度品专，线上官方窗口，覆盖广泛人群，让“真房源”的形象概念深入人心；

百度阿拉丁，专为链家定制不同广告形式，促进有效点击

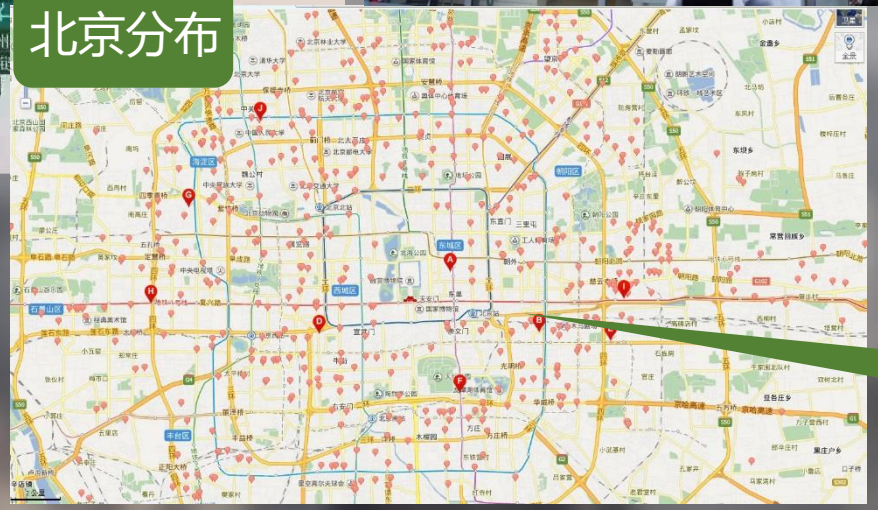
百度DSP+百度原生，针对不同人群关注点（房源、价格、租房、买房）有效投放
提升品牌口碑



百度地图：通过线上线下推荐详情----进行全感官沟通，提升体验

找到链家，进店了解

北京分布



搜索链家崇文门，点击位置崇文门小学，会出现如下位置导航和信息

品牌活动整体总述

- **活动目的**：链家真房源的品牌树立，建立品牌新形象
- **活动方式**：引导网民关注品牌活动和链家正面活动，为链家导流
- **活动执行**：
  - 地域品专定制、百度dsp投放曝光、
  - 百度信息流千人千面、
  - 百度地图导流线下，全面体验、
  - 阿拉丁/哥伦布创新全方位品牌沉淀
- **活动预算**：1亿
- **活动时间：**2016年4月-11月
- **活动评估**：期望曝光达3503537619次，百度品牌检索量实现持续增长

PART THREE

链家品牌整体传播执行方案

传播节奏

APRIL--JULY

第一阶段
预热期

品牌形象广泛覆盖
精准投放强化“真房源”

百度品牌专区
搜索推广
百度DSP推广

AUG—SEP

第二阶段
火爆期

用户导流
验证较真的真房源

百度品牌专区
百度搜索推广
百度DSP商圈定位
百度信息流
百度地图

OCT--NOV

第三阶段
强化期

丰富信息展示
提升用户体验

百度品牌专区
百度搜索推广
百度DSP商圈定位
百度信息流
百度哥伦布
百度阿拉丁

线上百度：定制化分地域品牌专区，树立官方入口形象， 关键词“真房源” “安心” ，凸显真实可靠

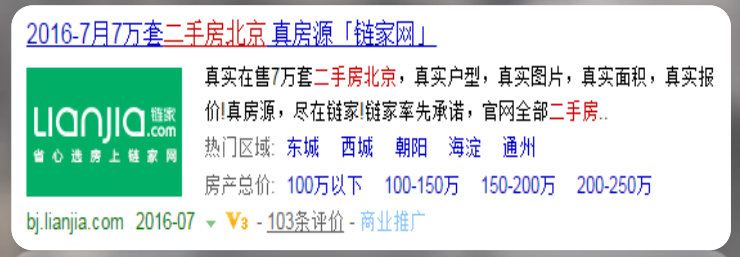
5月1日上线第一套

5月16日上线第二套

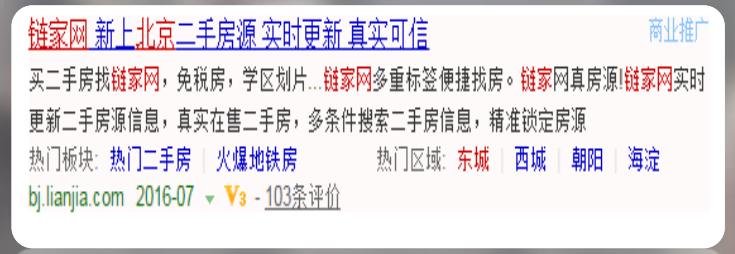
线上搜索广告，同步传播链家品牌诉求“真房源” “真实可信”

凤巢头条

图文商品导航



文本导航



链家百度DSP人群细分，品牌传播和品牌教育同步进行

策略手段

采用DSP关键词定向

+人群定向功能

□ 人群定位一：认可链家品牌、对其服务满意的用户

策略实施： 1、 DSP关键词定向：挑选百度搜索账户优质词源定向投放，词源范围：品牌、通用、竞品和楼盘

2、人群定向：房产人群与汽车、金融、旅游等人群重合度高，投放价值大，重点覆盖

链家百度DSP人群细分，品牌传播和品牌教育同步进行

□ 人群定位二：对链家有偏见、误解，不认可链家的人群

* 链家品牌形象传播的重要人群，深入研究用户痛点及不满意的原因，针对性推送打破误解、还原事实的广告信息。

策略实施：1、调查研究不满意原因，主要为虚标房价、价格不合理、隐瞒房子真实信息等

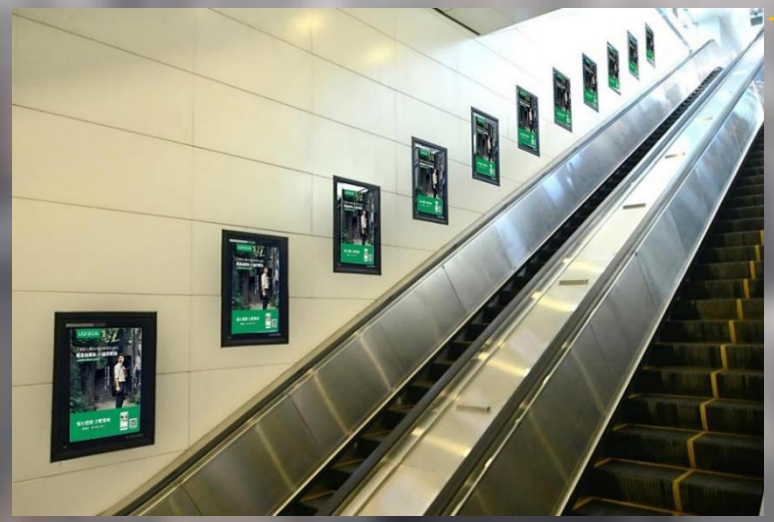
2、针对价格、房源信息透明两大高频问题，进行针对性的创意制作，突出链家真房源、价格透明

3、通过关键词定向技术，锁定检索价格、房源信息等词汇的人群，并推送相关广告

第二阶段
火爆期

线上线下交互展现，全面凸显品牌口碑
引流用户至线下，到店体验“真房源”

*8月份全国范围全方位品牌升级形象塑造：“链家真房源，一直在较真”



百度线上：全面覆盖品牌升级主题“链家真房源 一直在较真”

百度品牌专区

百度搜索

百度信息流，精准人群，千人千面，个性化内容推荐

***针对用户不同关注点，价格、户型、房源地段性，进行分类内容推送**

百度地图线上线下结合

用户引流，全感官沟通

LBS精准定位

锁定门店周边5公里用户
广告推送，有效引流
促进线下体验

地图搜索

利用百度地图搜索记录触发品牌广告推送
有效覆盖并吸引目标用户，提升到店率；

LBS精准定位

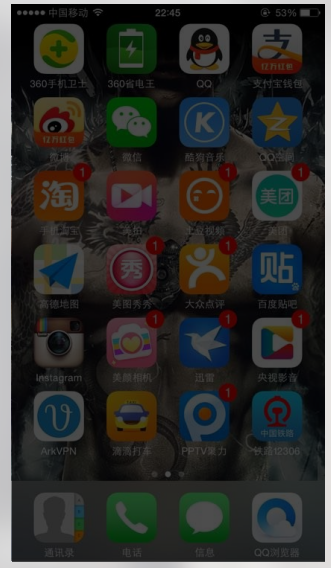
快速定位位置

精准定位附近5公里商圈、办公楼、住宅

实时推送广告

依所在地理位置即时推送

精准捕获目标人群的同时，进行品牌曝光，获取流量



使用某APP

接收链家广告

引流至附近门店

地图搜索

基于检索

4种丰富形式展现链家品牌形象

基于位置

详情页广告详细展现链家服务细节

基于认证

特别认证地图导览提升用户信任度

百度
阿拉丁

第三阶段
强化期

精准人群 垄断入口

垄断入口，获得大搜超强 导流效果,提升行业地位
品牌曝光，特型卡片 提升链家知名度
信息前置，发挥广告主内容优势,提升中长尾流量的商业价值

百度
哥伦布

探索搜索广告的创新品牌方式 丰富信息展示 提升体验

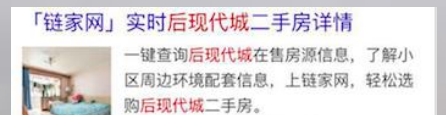
品牌深入传播后，采用哥伦布和阿拉丁定制样式，满足用户流畅的搜索体验，顺其自然的产生商业行为；从连接客户信息导向到连接产品分发客户，长尾客户众包，剩余流量变现；同时提高用户体验；

多种形式
同屏展现

搜索广告

阿拉丁

哥伦布



PART FOUR

品牌传播效果评估

通过4-11月三个阶段品牌造势，链家官网曝光量和导流明显，强化品牌形象

1

曝光：7.32亿 次

精准流量：2500万次

2

曝光：14.96亿 次

精准流量：2600万次

3

曝光：12.75亿 次

精准流量：2500万次

从品牌重塑时间轴来看，线上投放有利的配合线下活动，使得品牌效果最大化

今年4月起，链家网百度指数搜索显著上升

百度+链家
全方位深化“较真”
品牌形象

承担更多社会责任感

让爱链接你与家

Bai du 百度

THANKS

感谢聆听。

2016年12月