

房地产行业信息流营销方案

原生商业推广部



目录

- 01 行业诉求
- 02 营销策略
- 03 行业方案
- 04 客户实例

PATR 01

行业诉求



需求一 系统化营销方案



Who 谁是我的客户？

Where 他们在哪儿？

How 如何吸引他们的关注？

How 如何与他们沟通？

How 如何引导转化？

需求二 场景化营销方案

预热期

发布期

热销期

续销期



强

品牌需求

弱

弱

效果需求

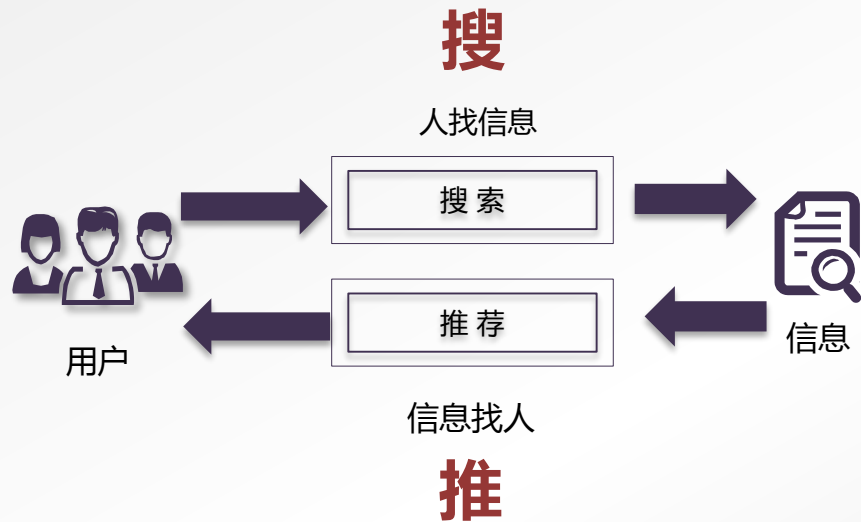
强

PATR 02

营销策略



百度信息流广告





01

系统化整合营销

智能营销帮您解决投放困扰

由传统营销走向AI营销

谁是我的客户？	精准画像
他们在哪儿？	高质的平台
如何吸引关注？	创新的形式
如何与他们沟通？	适配的内容
如何引导转化？	转化的通路

百度信息流广告



定向精准，高效曝光

丰富形式，吸引关注

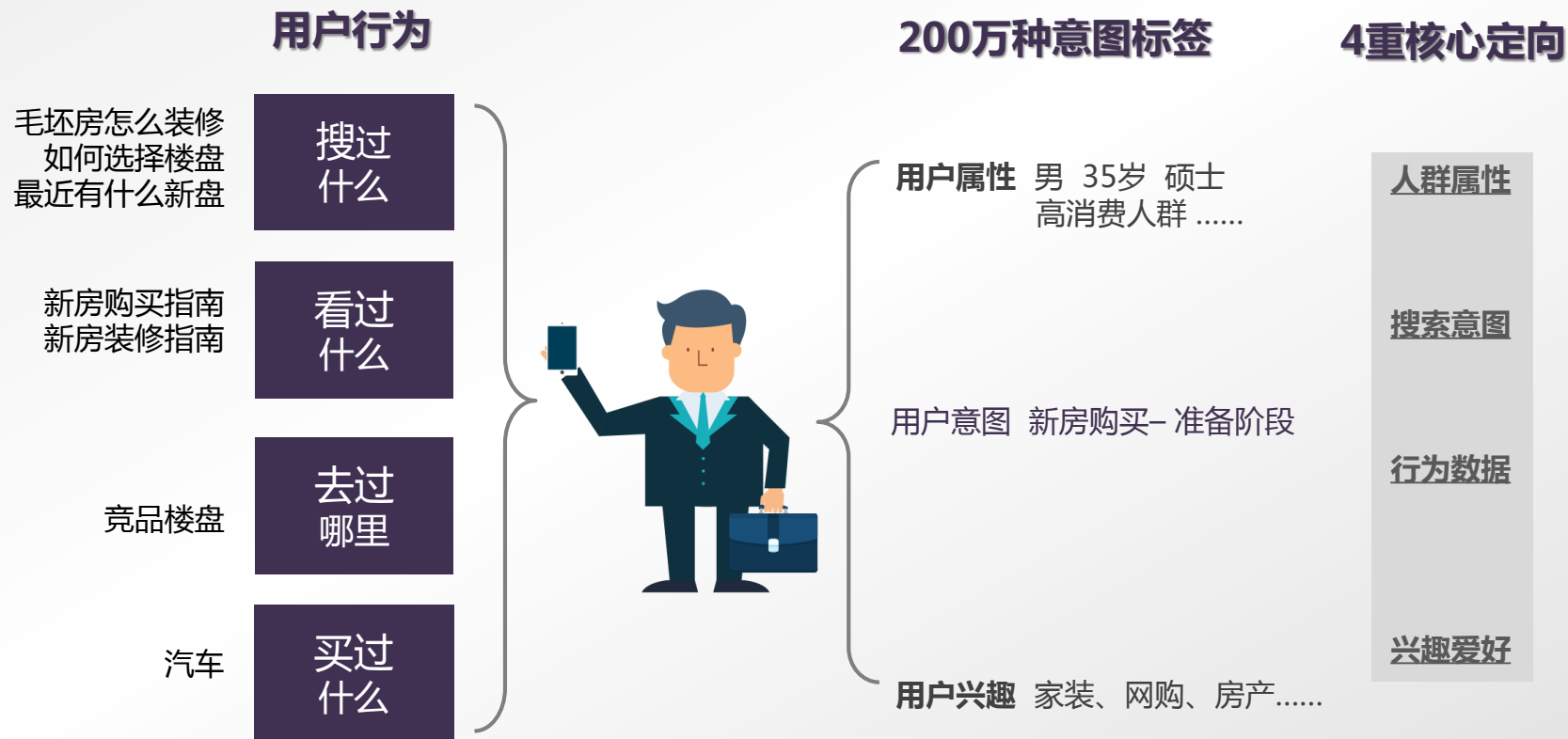
内容原生，接受度高

AI赋能，智能创意

优化工具，提升转化

谁是我的客户？——精准人群画像

200万用户标签，从7亿用户中准确识别每一个人



他们在哪儿？——高质流量平台

网民高覆盖

98%



中国网民覆盖

1亿+



手机百度信息流日活

6.7亿+



百度WAP端月活

内容高质量



他们在哪儿？—把握你的潜在客户层

拒绝投放受限，识别挖掘潜在客户，避免在无效人群上浪费预算

垂类媒体

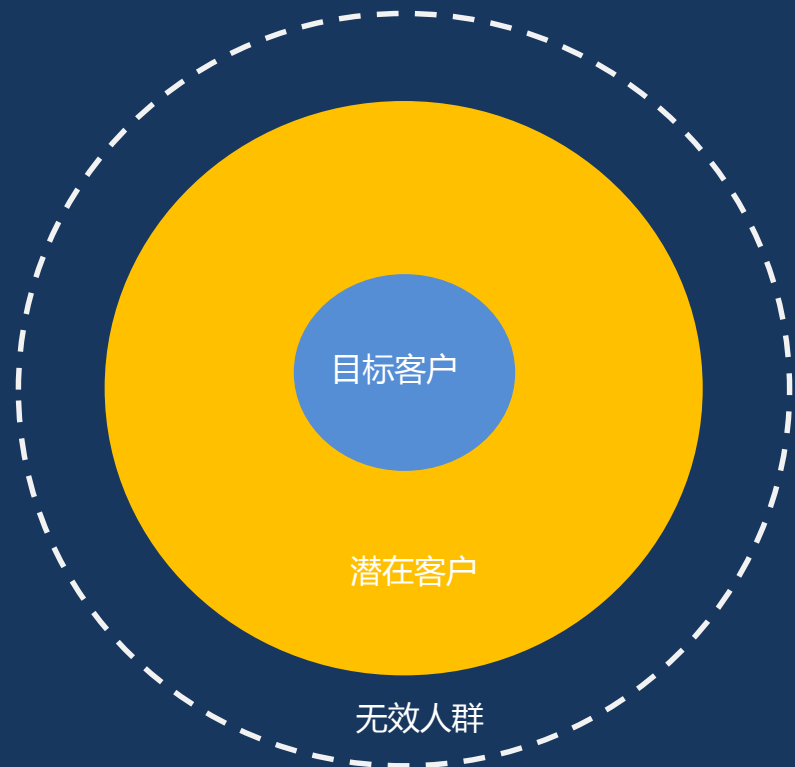
- 有明确购房需求
- 通过媒体网站关注
- 重点影响购房选择期

目标客户

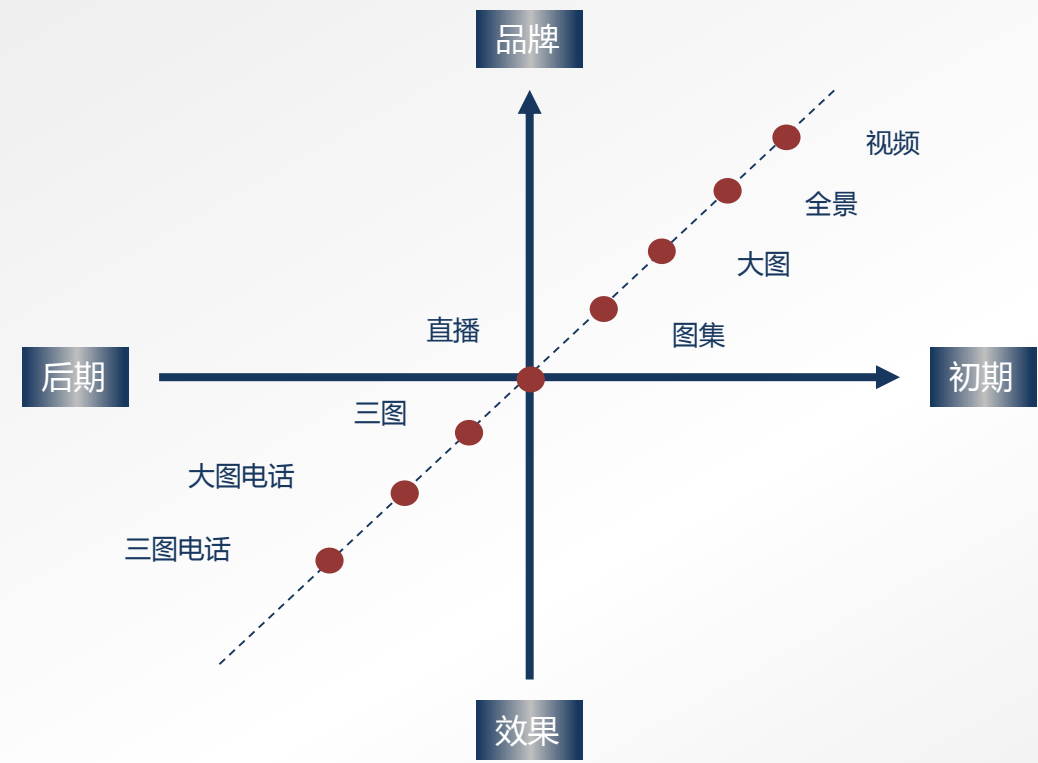
非垂类媒体

- 有潜在/明确的购房需求
- 通过搜索、阅读关注
- 影响购房全周期

潜在客户



如何吸引关注？——灵活、丰富的传播形式



基于客户的营销阶段与营销目标
提供丰富创新样式选择



如何吸引关注？——丰富创新的传播形式

图片

[大图] “大有所为”

咋吃都不胖，减肥水果都在这里



[三图] 三体万花筒

年底去哪儿都便宜！机票今日不抢更待何时！



[单图] 简洁不简单



碧海蓝天下的自由呼吸，
新年必去的海岛酒店

精锐教育 广告

[图集] 多图轮播



全网资讯 03-24 图集

享受一张价值14万的头等舱机票是什么体验？



华为：我不从惧怕高通和苹果，因为我有自己的芯片

手机百度 立即体验

视频

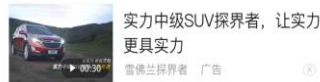
[视频] 深度传达



少儿英语新趋势：“hello”时代已过去，懂得应用是王道！



她因琼瑶剧走红，被称为“雪姨接班人”，一



功能

[下载] 缩短转化路径

在上海唐镇，如何购买一套具有性价比的房子



链家APP_APP

上海链家 广告

立即下载

[电话] 缩短决策时间

晒晒我的新家，太漂亮了，特别是飘窗设计，还是第一次见。



优惠仅此一天！

维意定制 广告

电话咨询

如何与他们沟通？——广告内容动态匹配客户需求

基于客户的不同需求和所处的购房阶段，呈现不同的广告内容



关注品牌

关注首付

关注户型

关注交通

关注物业

关注学区

关注位置

关注投资

关注商业

关注装修

关注价格

关注环境



如何引导转化？——流畅的转化通路





02

场景化解决方案

提供强大的媒体资源及投放能力

优质的媒体资源



手百APP



百度贴吧



好看视频

.....

强大的投放能力

丰富样式选择

10+ 样式

多维定向组合

7种维度，**18**种定向功能

灵活出价方式

3种出价方式

投放优化工具

10+种投放优化及投放辅助工具

双剑合璧 品效兼得

预热期

发布期

热销期

续销期

营销诉求

强

品牌需求

弱

弱

效果需求

强

营销策略

注重品牌营销，打造品牌影响力

注重效果营销，获取客户线索

产品及预算建议

信息流合约广告

信息流合约广告



+

信息流竞价广告

信息流合约广告

+

信息流竞价广告



信息流竞价广告

丰富的产品和功能 支撑不同阶段的投放策略



PATR 03

行业方案



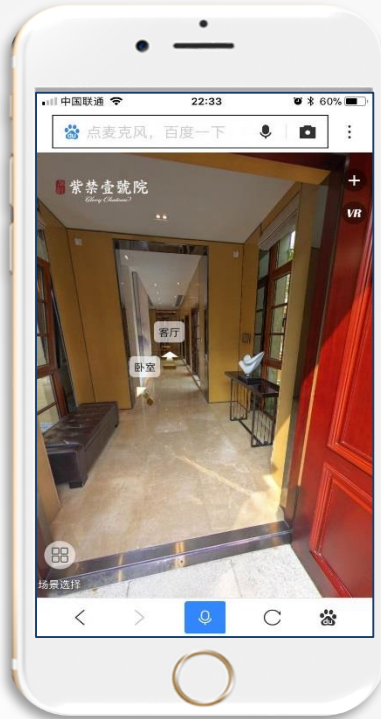
预热期

套餐A: 一鸣惊人 强势造势 引发关注



视频

大图视频
项目宣传片



全景

全景呈现
楼盘、样板间、配套设施



大图

大图曝光
活动预告

新楼盘如何获得关注？

产品推荐：合约CPM 保量

◆ 推荐理由

- 按曝光量投放
- 广告首位高优展现
- 保量曝光,获得更广大人群覆盖

◆ 使用场景

- 基于楼盘定位,如高端、学区、养老,利用产品定向功能实现在一定限定条件下的用户全面覆盖

◆ 样式

- 视频、全景、大图

◆ 定向

- 基础定向 年龄、性别、学历等
- 兴趣定向 如选择汽车、旅行、母婴亲子、房产等

开盘期

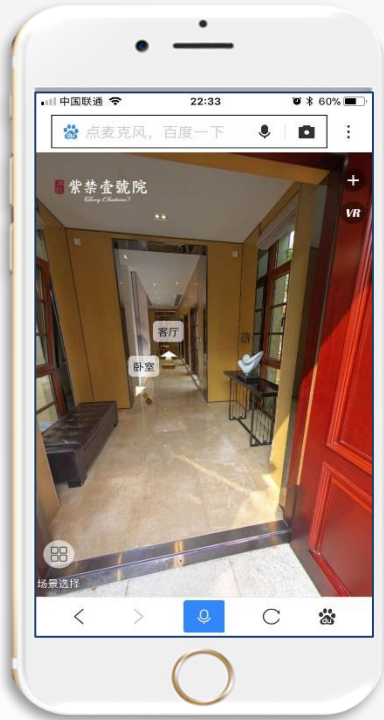
套餐B: 开盘大吉

立体呈现 强化品牌



视频

大图视频
项目宣传片



全景

全景呈现
楼盘、样板间、配套设施



图集

多图轮播
楼盘、样板间、配套设施

开盘当日如何吸引用户到场?

推荐A、B方案结合使用

产品推荐A: 合约本地CPT

◆ 推荐理由

- 按时间段投放
- 广告首位高优展现

◆ 使用场景

- 集中投放策略, 引爆市场, 资源独占。
- 开盘日前后针对所有本地人群做楼盘的集中式曝光

产品推荐B: 竞价CPC

◆ 推荐理由

- 按照点击付费
- 可基于前期投放数据优化定向投放

◆ 使用场景

- 基于前期投放数据获得潜在人群特征, 针对性覆盖影响潜在人群

◆ 定向 意图词+年龄

- 意图词表达了客户近期的意愿, 比如学区、首付等
- 通过年龄锁定目标人群

热销期

套餐C: 川流不息

精准引导 提升转化



视频

大图视频
楼盘视频或楼盘解说



图集

多图轮播
楼盘、样板间、配套设施



电话

三图电话
看房团参观或开盘热销场面

如何快速提升销售线索量？

推荐A、B方案结合使用

产品推荐A：合约CPM

◆ 推荐理由

- 保量投放，提升广告曝光量
- 广告首位高优展现

◆ 使用场景

- 通过定制化人群包进行针对性投放
- 针对浏览过广告的用户进行追投

产品推荐B：竞价CPC

◆ 推荐理由

- 可基于前期转化数据优化定向投放
- 有效控制转化成本

◆ 使用场景

- 在成本可控的情况下快速提升线索量

◆ 定向

- a. 意图词+年龄
- b. 兴趣：高转化兴趣类别
- c. 意图标签：与oCPC智能出价相结合，基于转化数据快速拓量。

续销期

套餐D: 蒸蒸日上 意向跟进 二次影响

前期意向客户跟进？
已购客户二次购买？



图集

多图轮播
楼盘、样板间、配套设施



三图电话

三图电话
看房团参观或开盘热销场面



大图电话

大图电话
房产促销活动大图

产品推荐：竞价CPC

◆ 推荐理由

- 精细化的定向实现针对性广告触达

◆ 使用场景

- 前期点击过该楼盘广告意向客户再次触达
- 影响到访过推广楼盘或竞品楼盘的用户
- 刺激前期已购客户二次购买

◆ 定向

- 历史人群
- 线下到访-自定义场所，楼盘地址

广告落地页

楼盘简介
核心优势



周边环境

地图导引

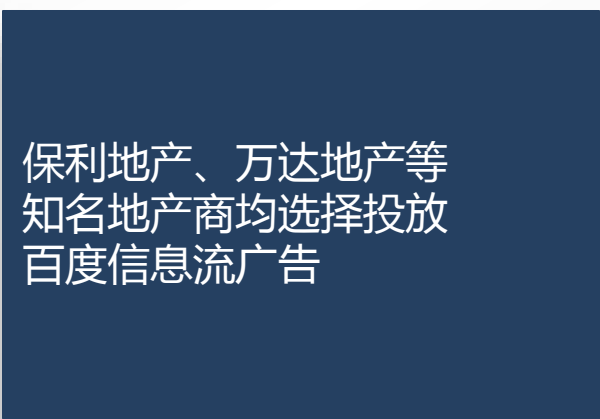
电话预约

PATR 04

案例实证



房产客户实例



A low-angle, upward-looking shot of several modern skyscrapers with glass facades. The buildings are partially obscured by a warm, orange and yellow light that appears to be coming from the upper right, suggesting a sunset or sunrise. The sky is a pale, hazy blue. The word "Thanks" is written in a large, white, italicized sans-serif font across the middle of the image, with a thin orange horizontal line underneath it.

Thanks
