

行业手册

房产家居行业

普通计划商品拆解实操建议

IMO

2018.08



房产细分行业对动态商品广告的适配

➤ 根据行业投放需求匹配动态商品广告的产品优势，选择更适配的产品投放

动态商品广告—普通计划

- ✓ 提升效果
- ✓ 商品数量较少（百级以下）
- ✓ 无实时更新字段
- ✓ 商品中心上传+绑定凤巢计划

- A. 装修
- B. 房地产 - 新楼盘出售
- C. 写字楼租赁

动态商品广告—商品计划（DSA）

- ✓ 扩量+提升效果
- ✓ 商品数量较多（百级~不限）
- ✓ 可实现字段的实时更新
- ✓ 商品数据对接+重新搭建DSA计划

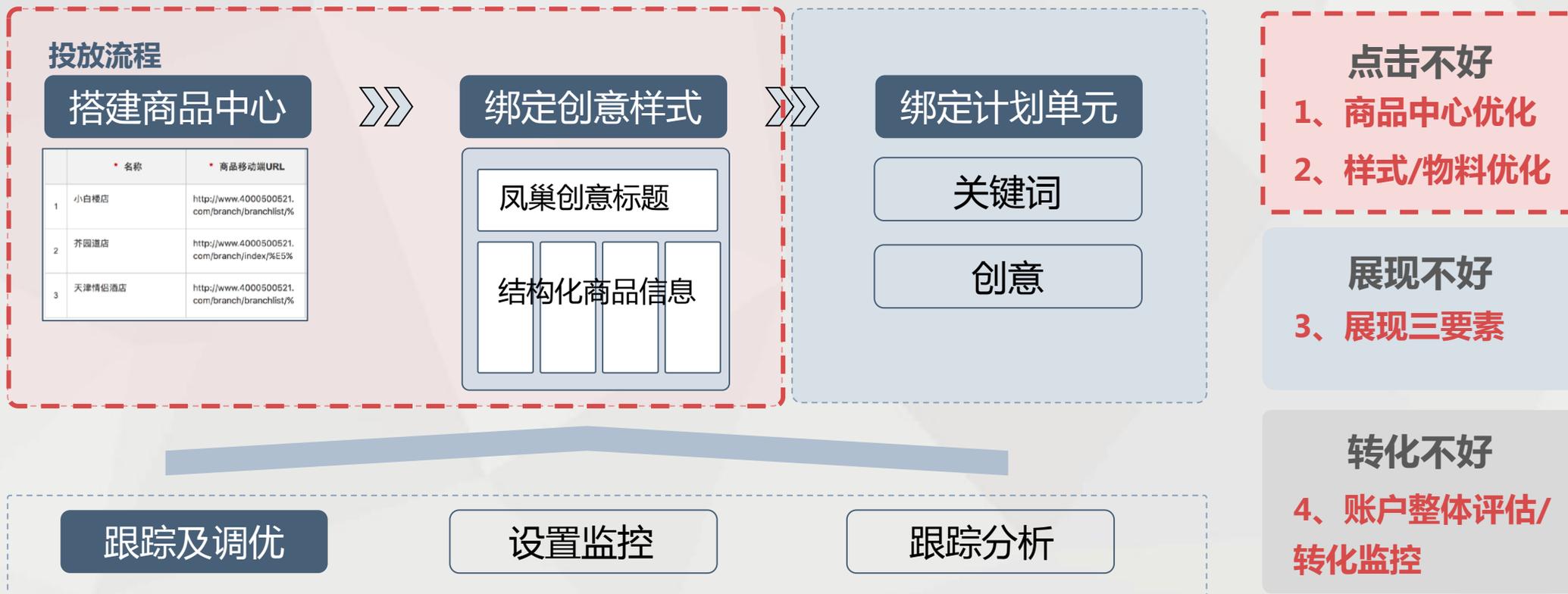
- 平台资讯
- 中介（出租、出售）

房产
行业



闪投普通计划优化总体思路

- 闪投普通计划通过商品信息前置缩短从产品/服务到客户的触达路径，从而提升CTR和整体转化率；
- 商品中心的优化是普通计划的优化核心；





房产适配行业 商品中心拆解思路



房产适配行业特点及需求

A. 装修

B. 房地产-新楼盘

C. 写字楼租赁

投放内容

- 装修业务
- 在线咨询

- 楼盘信息
- 在线咨询

- 楼盘信息
- 在线咨询

落地页

- 报价计算
- 优惠活动
- 表单收集

- 表单收集
- 预约看房

- 表单收集
- 预约参观

重点字段

- 房屋类别
- 装修风格
- 预算
- 优惠
- 特点
- 装修知识

- 区域/商圈
- 户型/平米
- 房价
- 周边设施
- 基础设施
- 优惠

- 区域
- 房型
- 价格
- 适用范围
- 优势
- 合作公司

A. 装修 — 商品拆分及字段列表

参考维度：

— 房屋类别	— 装修风格	— 预算/报价	— 区域	— 设计/设计师	— 优惠活动	— 家装知识	— 特点
- 新房	- 地中海	- 按平米	- 实体门店	- 人气排行	- 限时低价	- 装修前期	- 全屋定制
- 老旧小区	- 美式田园	- 在线报价	- 全城/国预约	- 经典设计	- 免费设计	- 装修时	- 环保材料
- 二手房	- 现代简约	- 上门测费			- 送家电	- 装修后	- 设计师跟随
- 别墅	- 新中式				- 套餐	- 大家都在问	- 一站式服务
	- 古典欧式 (配合优秀案例)				- 博览会	- 装修窍门	- 老屋改造
							- 刷新服务
							- 保障服务

— 复合维度

- 老旧小区改造
- 二手房刷新服务
- 新中式经典设计
- 买装修送家电
- 二手房如何改水电

- 商品拆解维度可参考“产品/服务目录”、“用户需求”、“产品/服务特色”、“搜索词报告”、“计划/单元”；
- “产品名称”字段对商品触发和展现顺序有影响，可从不同维度进行拆解，且可采用复合维度来突出商品/服务的特点和优势；
- 商品中心字段完整填写，使用网民的搜索语言而非专业术语；
- 针对客户对于家装过程中产生的困惑和疑惑，可创建知识问答形式的字段；

B. 房地产-新楼盘 — 商品拆分及字段列表

参考维度：

— 区域/商圈	— 户型/平米	— 周边设施	— 基础设施	— 优惠活动	— 面向人群	— 楼盘特点
- 热门商圈	- 独栋别墅	- 医院	- 物业	- 限时折扣	- 老年人	- 知名开发商
- 地铁沿线	- 联排	- 公园	- 停车位	- 免费接送看房	- 三口之家	- 学区房
- 区县	- 复式	- 地铁站	- 安保	- 首付低至	- 新婚夫妇	- 新城区
- 热门地标	- 大三居	- 学校	- 管家服务	- 购房送家电	- 四世同堂	- 现房
	- 小户型	- 大型商场	- 运动馆			- 宜居
	- 开间公寓	- 超市				- 交通便利
	- 四合院					

- 商品拆解维度可参考“产品/服务目录”、“用户需求”、“产品/服务特色”、“搜索词报告”、“计划/单元”；
- “产品名称”字段对商品触发和展现顺序有影响，可从不同维度进行拆解，且可采用组合方式突出商品/服务的特点和优势；
- 字段填写尽量贴近网民搜索词汇，如房价、区域使用范围广的词汇组合，参考搜索词报告，匹配更宽泛流量；
- 根据不同的关注度（如价格、户型、周边设施等），将商品绑定不同的计划、样式选择不同的字段展现；

C. 写字楼租赁 — 商品拆分及字段列表

参考维度：

— 区域/商圈	— 办公方式	— 适用范围	— 租赁方式	— 客户需求	— 优势	— 合作公司
- 热门商圈	- 固定办公区	- 初创公司	- 按工位	- 封闭空间	- 专业设计	- 成功案例
- 地铁沿线	- 开放式	- 小型机构	- 按区域	- 办公设备	- 智能数字化	
- 热门地标	- 专属工位	- 远程办公	- 日付	- 灵活流动	- 社群活动	
- 城市	- 流动办公位	- 子公司	- 月付	- 会议	- 企业服务	
	- 定制	- 初具规模	- 年付	- 休息区	- 高品质家居	
		- 成熟公司	- 定制	- 前台	- 省心省力	

- 商品拆解维度可参考“产品/服务目录”、“用户需求”、“产品/服务特色”、“搜索词报告”、“计划/单元”；
- “产品名称”字段对商品触发和展现顺序有影响，可从不同维度进行拆解，且可采用组合方式突出商品/服务的特点和优势；
- 字段填写尽量贴近网民搜索词汇，参考搜索词报告，匹配更宽泛流量；
- 根据不同的关注度（如办公方式、地点、价格等），将商品绑定不同的计划，样式选择不同的字段展现；

