

“五行大法” 多维优化 助力我爱我家精准营销

代理商：北京无双科技有限公司

目录

CONTENT

- 1 行业洞察
- 2 营销策略
- 3 项目执行
- 4 效果呈现



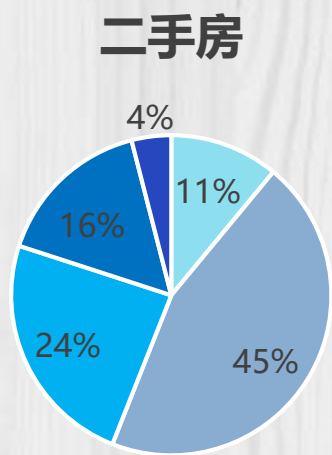
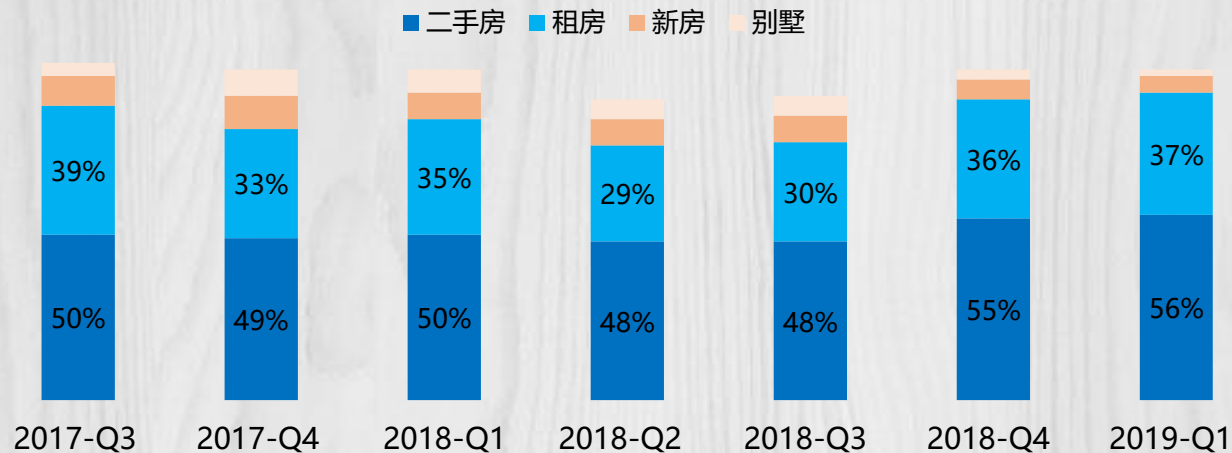


行业洞察

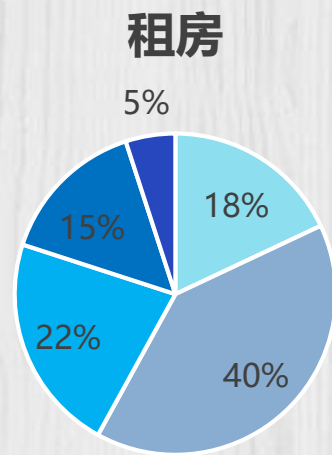
二手房、租房的关注度有不同程度的提升

- 截止2019年第一季度，二手房关注占比达56%，较上一季度有所提升；租房的关注度环比2017年Q3上升2个百分点；
- 二、三线用户对二手房的关注度较高，而一线城市对于租房的关注度较高。

2017-2019年 细分市场检索占比趋势变化



■ 一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线 ■ 其他



■ 一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线 ■ 其他

北上广二手房交易领先，新一线购房需求逐步释放

- 上海、北京、广州的二手房交易领先。
- 受人才新政+落户放宽政策影响，新一线城市购房需求释放、体量可观。

18年中国主要城市房地产成交表(二手房)

排序	城市	18年城市二手房成交套数/套
1	重庆	197800
2	上海	165388
3	北京	150000
4	广州	102199
5	长春	86352
6	成都	84268
7	苏州	81889
8	武汉(1-11月)	78728
9	佛山	73202
10	深圳	73047
11	南京	72451
12	杭州	72279
13	大连	72160
14	宁波	65000
15	郑州	60000
16	青岛	54033
17	沈阳	42500
18	济南	36000
19	长沙	31573
20	南昌	27849
21	福州	27457
22	呼和浩特	25693
23	南宁	25407
24	厦门	24512

各地域人才引进政策 (内部参考)

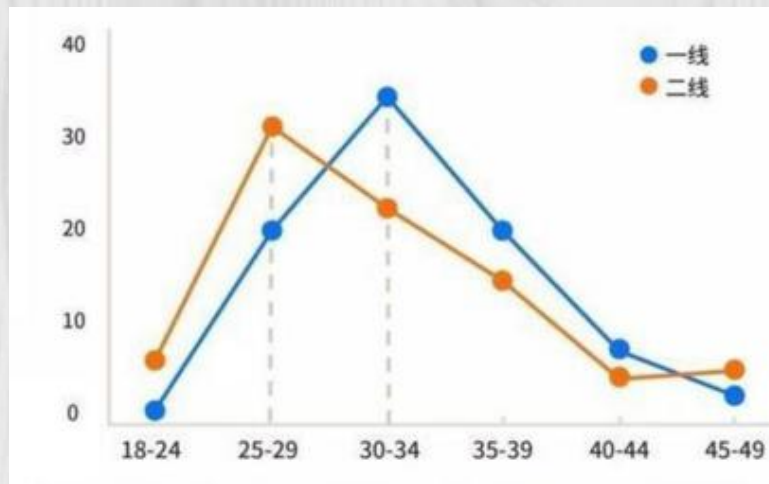
城市	落户政策/目标	城市	落户政策/目标
辽宁沈阳	推出“人才新政9条”，对符合条件的中专以上学历人才都实行“先落户后就业”政策	广东湛江	经市政府引进的人才，提供湛江人才引进批复或《湛江市高层次人才认定证书》等材料即可落户，与用人单位签订劳动合同，按照规定参加社会保险，且具有国家承认的大专以上学历或经地级以上相关部门认证的中级专业技术人员、技能人才、特殊专业人才，其本人、配偶、未成年子女、父母等，可以落户湛江市中心城区或城镇
福建福州	出台鼓励引进高层次人才“八措施”；从境外引进的人才，经认定为A、B、C类人才的，落地后分别给予200万元、100万元、50万元奖励。从境内引进的人才，经认定为A、B、C类人才的，落地后分别给予100万元、50万元、25万元奖励	山东济南	出台户口迁移新政，取消购房、投资纳税落户条件限制，实行居住证落户
湖北荆门	三年内，引进2万名本专科毕业生	陕西西安	将学历落户、人才落户的审批权、制证权下放至一线，所有个人落户申请均可在户籍窗口进行“一站式”办理，当场办结，并新增随迁政策，可一人落户、直系亲属举家随迁；在“西安公安”微信公众号的“掌上户室”开通了学历落户绿色通道，需要落户的高学历人才只需要上传教育部学籍网的学历信息截图和身份证照片，就刷“掌脸脸”办理落户；面向全国在校大学生实行仅凭学生证、身份证即可在户籍地考公、落户在现户籍所在地落户
广东东莞	引进第八批创新创业领军人才	湖南长沙	规定高校毕业城市
安徽合肥	力争5年吸引1100万大学生	江苏南京	研究生以上学历
北京	3年累计获得7000万元融资的创新创业团队可申请落户；优秀的天使和创投基金高管可资格落户	天津	企业引进，并成功在新区落户的本科以上学历人员，将连续3年发放租房和生活补贴，其中大学本科生每年1.2万元，硕士生每年2.4万元，博士生每年3.6万元
湖北武汉	三年内，引进2万名本专科毕业生	山东省	面向全国选聘10名应届博士生，除正常工资和津贴外，最高可享受38万元补贴。在待遇方面，除正常工资、津补贴外，选聘者最高可享受38万元补贴，包括一次性14万元购房补贴和安家费，挂任科技副局（市、区）长期内每月发放5000元生活补贴
湖南长沙	规定高校毕业城市	天津	以海纳百川、广和激励措施等
江苏南京	研究生以上学历	河北唐山	提供首批大学生人才公寓3605套，今后每年将建设和筹集50万平方米以上人才公寓，5年内满足20万人居住需求，同时鼓励企业探索用互联网思维开发人才住房，争取让大学生毕业生以低于市场价20%买到房
山东烟台	面向全国选聘10名应届博士生，除正常工资和津贴外，最高可享受38万元补贴。在待遇方面，除正常工资、津补贴外，选聘者最高可享受38万元补贴，包括一次性14万元购房补贴和安家费，挂任科技副局（市、区）长期内每月发放5000元生活补贴	湖北武汉	计划成立珠海市安居集团，未来五年筹集不少于30000套人才住房，用于妥善解决各类人才安居需求。被评定的一、二、三类人才可选择由政府按各占50%的比例，申请购买珠海市共有产权房，分别为160平方米、120平方米、100平方米，连续工作满10年后可无偿获赠政府所持有的50%产权
天津	以海纳百川、广和激励措施等	上海	对在郑工作并拥有全日制本科以上学历、副高级职称（高级技师）以上的非户籍人才，在郑购买首套自住商品住房，可免于提供社保或个税证明；院士级给予500万元奖励外加300平米以下的免租住房；长江学者级别是200万元奖励及200平米以下的免租住房
河北唐山	提供首批大学生人才公寓3605套，今后每年将建设和筹集50万平方米以上人才公寓，5年内满足20万人居住需求，同时鼓励企业探索用互联网思维开发人才住房，争取让大学生毕业生以低于市场价20%买到房	广东广州	在2018年-2022年，厦门市外商投资企业年实际利用外资金额达1000万美元及以上，且投资厦门市重点发展产业项目，给予企业员工相应的奖励。其中，年缴个人所得税5万元及以上的非户籍员工，给予参照本市户籍人员条件在厦购买商品房住宅(即可购买2套、不受社保缴存年限限制)
上海	对在郑工作并拥有全日制本科以上学历、副高级职称（高级技师）以上的非户籍人才，在郑购买首套自住商品住房，可免于提供社保或个税证明；院士级给予500万元奖励外加300平米以下的免租住房；长江学者级别是200万元奖励及200平米以下的免租住房	福建厦门	在2018年-2022年，厦门市外商投资企业年实际利用外资金额达1000万美元及以上，且投资厦门市重点发展产业项目，给予企业员工相应的奖励。其中，年缴个人所得税5万元及以上的非户籍员工，给予参照本市户籍人员条件在厦购买商品房住宅(即可购买2套、不受社保缴存年限限制)

各年龄段购房需求大不同，首要考虑教育配置、生活商圈等因素

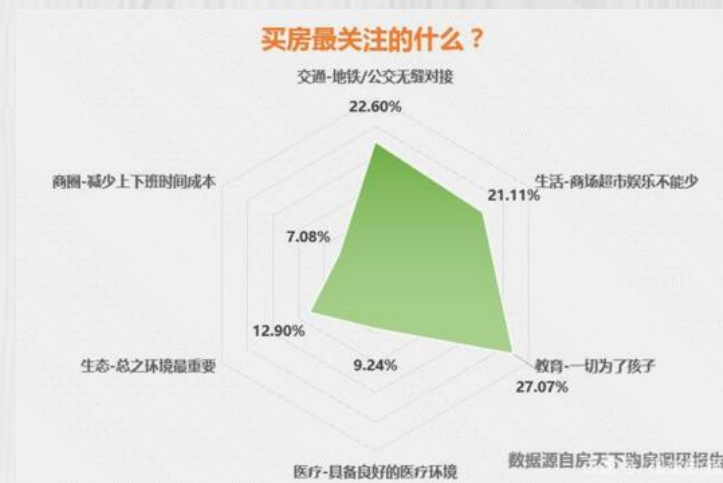
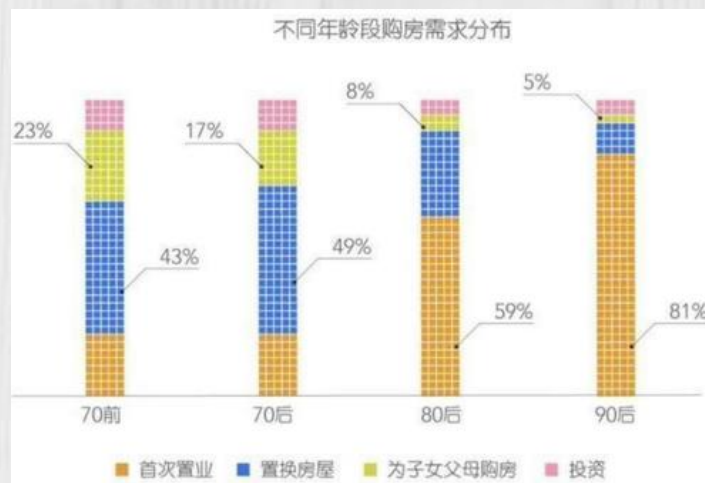
- 一线购房者主要集中在30-34岁，已婚人群居多；二线主要为25-29岁，单身购买者居多；

各年龄段购房需求不同：

- ✓ 80前（40岁及以上）用户主要购房以“置换房屋”“为子女/父母购房”为主要需求；关注教育配置、生活配套等因素；
- ✓ 80后及90后用户中绝大多数以“首次置业”为主要需求；关注交通（地铁/公交对接）、生活商圈等因素。



一线已婚人群不仅交易量碾压单身，且房子更大；二线情况则截然相反。





营销策略

360房地产行业运营方法论-全场景生态圈模型



五行大法@360移动推广

五行大法



资源位优选



DMP+OCPC
双重提效



文案优选



素材创新



精细投放



策略执行

五行大法一@资源位优选

金

应用商店类
(覆盖核心用户)

- 1、不断补充词包
- 2、分时段拆投放：凌晨、工作时间、晚间投放
行业数据显示工作时间效果最佳，我爱我家测试
晚间（19点后）投放也有流量小高峰

搜索位
高效-高价抢量



信息流广告
(发现潜在用户)

- 1、低价投放
- 2、分时段根据后端来进行出价

精选位
补量-低价投放



自有资源-
触达精准用户



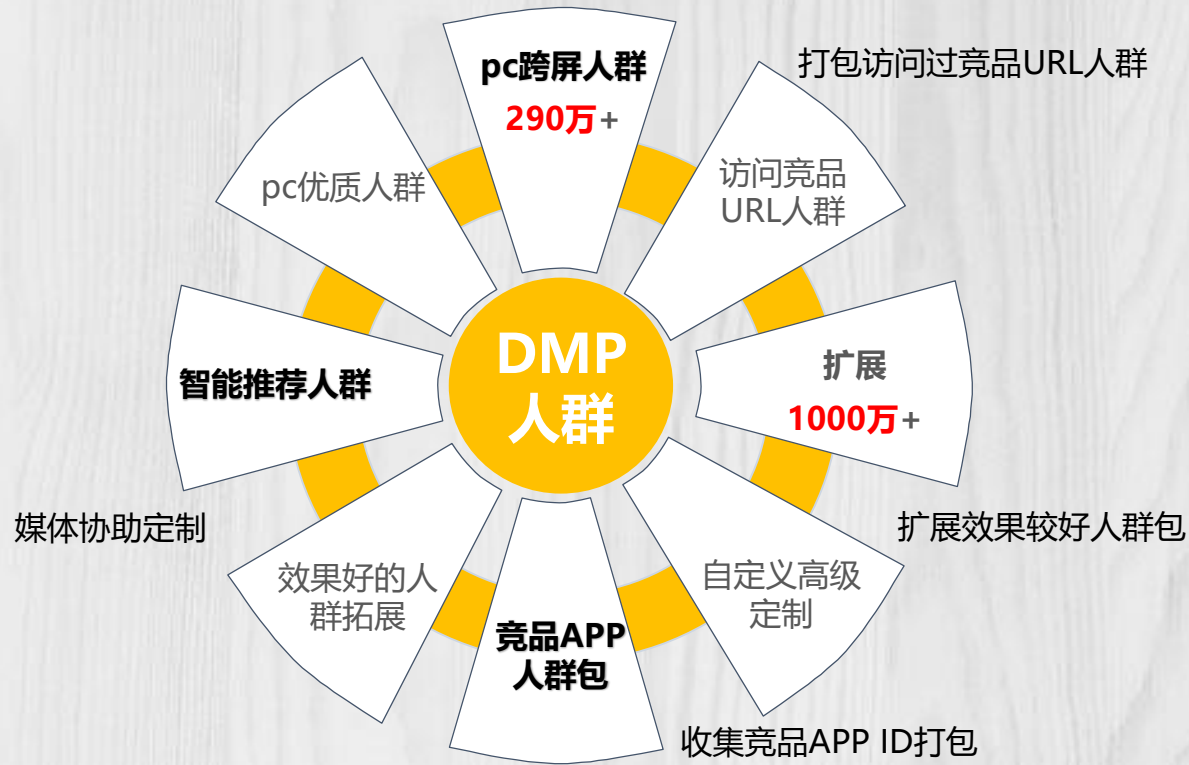
自有资源流量较大，用户较精准，成本较低，重点进行投放

站外资源
搜寻潜在用户



站外资源流量虽大，ctr较低，流量精准性相对较差，可搭配精准的人群包进行投放

五行大法二@DMP+OCPC双重提效



OCPC对接锁定效果

兴趣定向，精准人群，降低成本

OCPC
第一阶段

兴趣分类

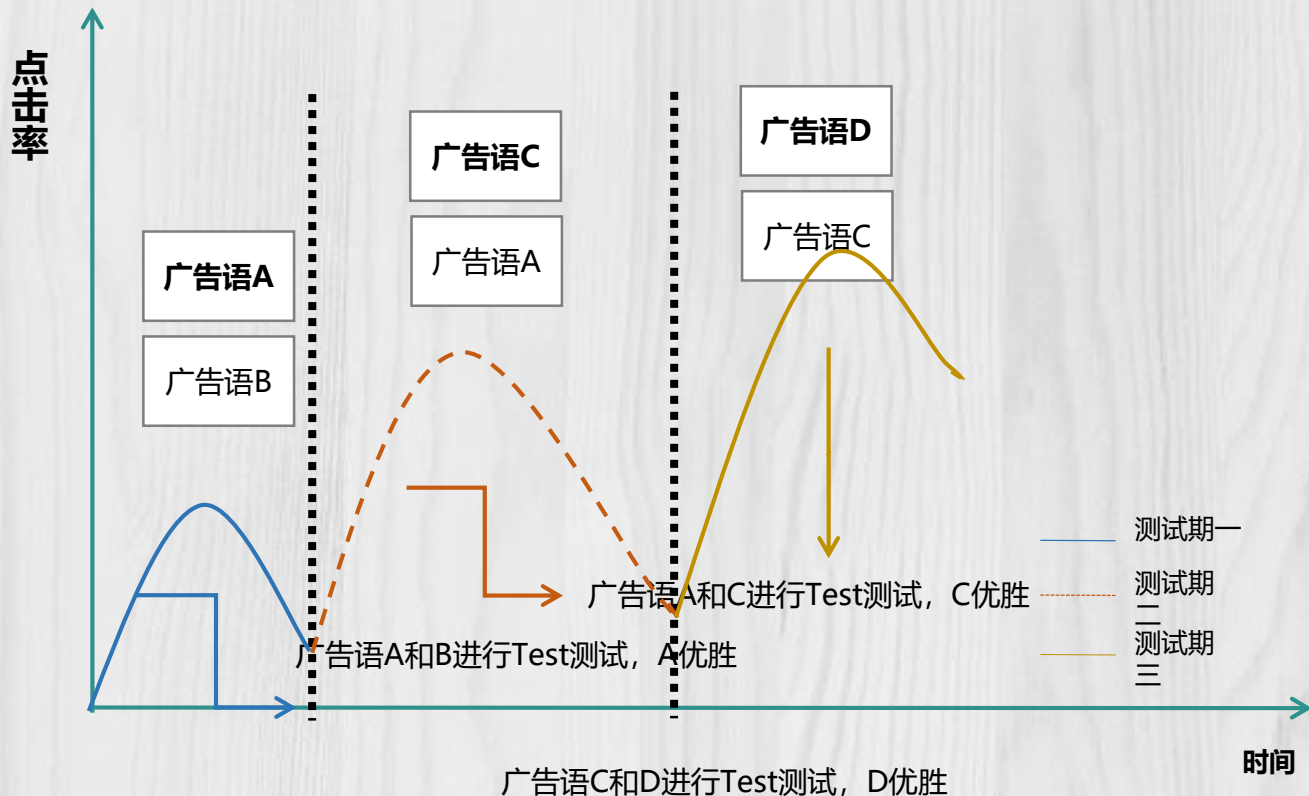
教育	汽车	房产
体育运动		科技数码

OCPC
第二阶段

成本稳定，逐步放开定向，提升量级

信息流广告注册成本**下降20%**

五行大法三@创意文案优选



同一人群测试不同维度的创意关注点, 反复进行A/BTest, 不断提升CTR和需求匹配度

总结: 优质创意文案至关重要, 给网民留下深刻印象, 提升广告点击率。

文案突出产品**利益点及品牌优势**更吸引用户点击 (**户型、交通是否方便、环境等**)

创意文案对比:

A: 万千房源, 任你挑, 流程正规, 专业高效。 **ctr=0.73%**

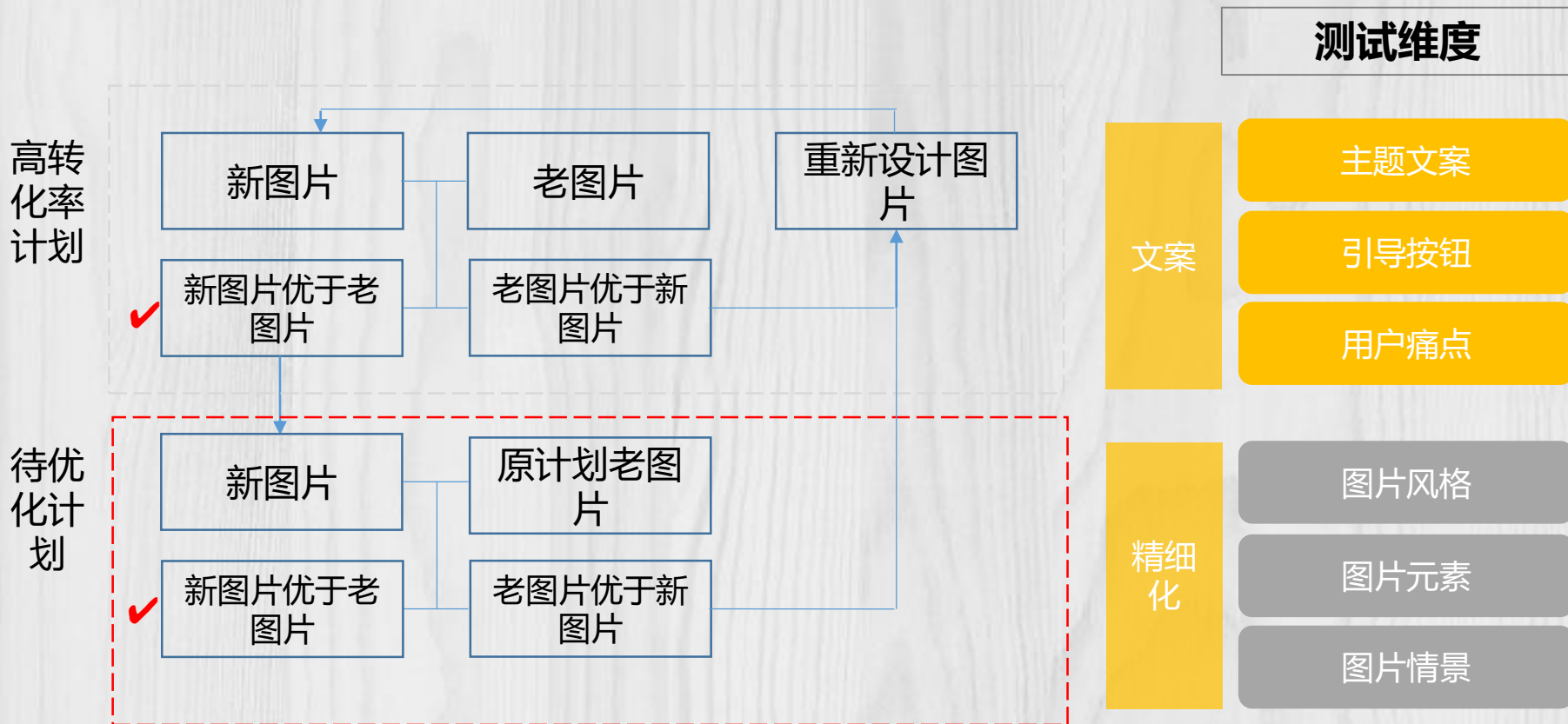
B: {地域}新上优质二手房, 手机在线随时随地就能3D看房。 **ctr=0.78%**

D: {地域}我爱我家二手房, 自由挑选经纪人, 为您提供**24小时服务**。 **ctr=1.76%**

C: {地域}新上优质二手房, **临近地铁, 配套齐全**, 环境优美, **马上预约**看房! **ctr=1.92%**

五行大法四@素材创新

火



为您推荐
宜居户型

点击搜索更多>>

高转化素材衰退期较快，每三天进行更新，保持高CTR高转化的效果，经过测试发现，装修效果组图结合户型图的CTR较高，转化效果较好，**测试转化率提升45%**

五行大法五@精细化投放

土

A

- 1、根据流量波动分时段0-8点，9-18点，19-23点三个时段投放，根据不同时段数据表现合理分配预算调整出价；
- 2、测试结果发现，工作时间效果稳定，**19点-20点也有流量小高峰。**

时段

B

- 1、不同资源位搭配不同人群包测试效果，根据不同资源位和人群包分别配置预算和调整出价；
- 2、**站外资源**流量大，ctr低需**组合精准人群包**定向投放，效果更优；**精选位和自有资源组合潜在、高消费**人群包效果更佳。

人群

C

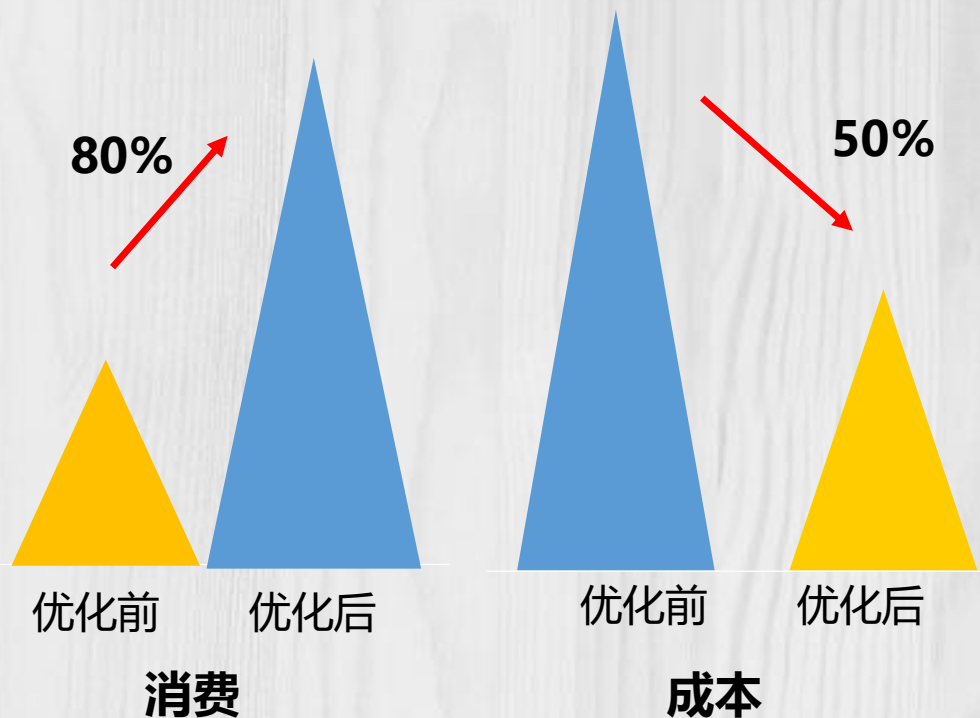
- 1、根据后端表现合理规划尺寸单图、三图、视频分别监控转化效果，根据不同素材样式表现合理调整分配预算和出价；
- 2、测试发现**三图、视频**样式的点击率更佳。

样式



效果呈现

效果呈现-消费上涨80%，成本下降50%，ocpc转化量涨3倍



行业指导

随着房地产行业监管政策落地及整体增速放缓等内外部因素，房地产行业常规渠道的“效果”推广已远远不能满足现在的营销诉求，挖掘新的优质流量实现品牌曝光及效果再提升是所有广告主急需解决的问题。我爱我家借助360媒体强大的搜索营销体系及海量的流量蓝海，将自身的营销诉求与360手助产品等完美组合，并利用DMP及oCPC等超强技术全面深挖用户，最终实现品牌和效果共赢。

360营销产品体系的强大带给所有广告主更实际的红利，360现有的营销产品也不再仅是传统意义的手机助手资源位，他的亮点在于构建了跨媒体、跨终端的分场景新型营销产品体系和技术体系，海纳蓝海流量，实现品效合一，达到营销目的。

这套营销产品组合模型充分利用了360营销产品优势，全方位满足广告主品牌推广+效果转化的营销目标。该模型的思路和执行方法不仅仅局限于房地产业广告主，对其他业务的广告主也具有参考意义。



THANKS