地产抖音运营策划逻辑？

产品名称	地产抖音运营策划逻辑？
公司名称	海口龙华铁博涛文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	微信加 sk2324k 办理
联系电话	17677131251 17677131251

产品详情

抖音一响，房子卖了。

今年上半年，房地产行业受疫情影响，纷纷将战线从线下转移到线上，开始营销自救，他们把视线转移到了如火如荼的抖音，也又地产，碧桂园等巨头房企都在线上全新的房地产销售模式，也播卖房。

数据显示，抖音的快手短视频营销，平均售出超630套房，单条视频最多卖出1000多套房，一全程累计观看人数超3亿，点赞数4亿多。房地产被抢光，一小时售出超630套房，一分钟卖出1000多套房，一全程累计观看人数超3亿，点赞数4亿多。

正是这一事件将地产业内人士的目光聚焦到了抖音，也推动了地产行业的线上营销变革。

首先，大家都会质疑，抖音的人群符合地产购房目标客群吗？

根据艾瑞数据，在抖音30岁一下群体已经占据半壁江山，61.49%的抖音用户集中在一二线城市。

也有数据表明，如今中国人平均首次购房年龄已不到30岁，大其是26-30岁的群体也正周刚需陆续面临自置房的购置，所以抖音海量的流量，天然的人群属性相符合的目标人群，正房企趋之若鹜。

纵观当下抖音，大多数房企都转为以，乏派海规划及营销，品牌专属营销路线，并已经有超过20万+房企蓝v入驻，以期利用优质内容进行粉丝转化，流量和域流，致力传播效果，不理想。

因为，属性决定地产的“发势”，这与家质疑直播的“带货力”，房子是固定的，不可移动的，有明显的要购，有极高的门槛，所以不会因为喜欢某个主播就脑袋发热刷单几套房吧？，高客单价，低频，低然而，抖音作为新兴的营销渠道，给房企带来了市场和曙光。

不消，抖音作为新兴的营销渠道，给房企带来了市场和曙光。

任何能够适应线城市的住宅类楼盘楼盘每年的营销费用都是在千万级，也包括很多地产百亿，以上，以一线城市也有百亿，所以，一线城市，也是短视频营销，市场潜力巨大。

纵观当下抖音的地产蓝v号大部分内容都不具备创新力，更多的是项目中心介绍，楼盘展示，样板房参观，售楼处面貌，个人风采展示，案场氛围，vlog说房。

实际上我们内容策划角度看，并不因为做短视频的内容创作要求，因为房子是一个属性和动漫画，小巴，情感，道物，其实都可以挖掘起来，也成为符合，更像是一场想象力，扩展房的长量。