房地产行业的广告怎么做？朋友圈广告怎么开户

产品名称	房地产行业的广告怎么做？朋友圈广告怎么开户
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市天河区灵山东路东英科技园
联系电话	13686810231 13750564677

产品详情

房地产行业的广告怎么做？朋友圈广告怎么开户

想要开户推广投放代运营广告主可拨打电话或加微信（手机号码同步微信）洽谈沟通合作

添加请注明来意

李四

多年丰富的市场经验及把握各行业成功案例

作为每天要看好几吨广告的圈主，对地产界的广告是完全审美疲劳了。它们大都带着官方腔，一副很正经的模样，跟你说着那些毫无灵魂的广告语：国际品味，与世界接轨；心灵养生，与先贤毗邻，倾听灵魂声音；托斯卡纳风格；巴洛克风格.....

然而，大理的小院子这支宣传片没有陈词滥调的宣传自己的房子有多好，而是跟你讲他们院主自己在那里生活的模样，讲人文，诉说生活的真谛，太令人向往，这种接地气的广告片，简直走肾了。

除了宣传片里主人公的生活令人无比羡慕向往外，宣传片背后更是看出大理的小院子这个品牌的态度和传播思路，小编忍不住想来扒一扒。

1.精准洞察社会痛点，引起受众共鸣

前几天小编看到这样一个帖子“ 当代年轻人时间有多紧张？看个剧都要开 2 倍速。 ”由此可见，当代年轻人的生活节奏是有多快了，快到吃饭是在等客户反馈的间隔时间，快到我们的灵魂都跟不上身体。

很多人一面在生活的胯下苟延残喘，一面又不甘的背过头去高呼自由。虽然诗和远方被说烂了，但还是人们向往的生活模样，“ 找个有山有水的村落，有一个小院子，每天读书写字弹琴养花，交几个邻居，把酒当歌 ”。

大理的小院子也敏锐的洞察到当下年轻人的压力和焦虑现状，此次推出的这支宣传片，用4位分别从大城市去到大理的小院子的院主来分享他们逃离北上广后，在大理找到自己的诗和田野，找到了家和爱，引起受众的共鸣。而大理的小院子本身的出现，几乎完全满足了当代年轻人的诉求，加上宣传片的号召，十分具有吸引力了。

2.塑造“ 活着的建筑 ”产品概念，赋予品牌温度

在营销界有句名言，卖物的时代已经过去了，现在是卖故事的时代。年轻人不再买物，而是购买物品携带的情感故事。就像营销大师菲利普科勒曾说，星巴克卖的不是咖啡，是休闲；法拉利卖的不是跑车，卖的是一种近似疯狂的驾驶快感和高贵；可口可乐卖的不是饮料，是爱国情怀。而大理的小院子卖的不是建筑，是别人向往的生活方式。

大理的小院子不仅是专注于做好建筑本身，更是关心建筑里的人的生活情趣。对于有院落情怀的传统中国人来说，大理的小院子便向时代传达出这样的品牌理念：生活的真谛，就是与志同道合的朋友共同享受生活。它以建筑传递温度，让建筑更有人情味，塑造“ 活着的建筑 ”产品概念，给品牌赋予温度，提升品牌本身的好感度。

3.传递“ 偶尔来或一直在 ”的主张，拉近受众与品牌间的距离

大理的小院子的存在，对于那些不想在当下苟且，渴望诗和远方的人来说，是一种无声的牵引和号召。它不像boss直聘或伯爵旅拍那样的品牌一样，给你灌输一种洗脑式的营销，简单直白粗暴的喊你去用它的产品。

而是用润物细无声的宣传片来跟你诉说，希望你有时间就偶尔来一下，当然如果条件允许，一直在这里最好了。这种含蓄内敛的表达，让人看上去赏心悦目又蠢蠢欲动。比喊口号式的广告不知高级了多少倍。

大理的小院子是一个房地产项目，但是不仅仅是房地产，它输出的是一种生活方式和生活理念，传递“ 偶尔来或一直在 ”的品牌主张，这种像朋友一样跟你轻轻交谈的不经意间就拉近了受众与品牌间的距离。