

“津筑家营销合作社”搭平台 让真正的购房者走进售楼处

近期,楼市多个新楼盘产品相继登场亮相,无论是从整体的规划设计,还是地理位置以及住区内部的景观环境都有各自不同的细节优势。从项目推广来看,大多还是遵循市场现有的规则,一是蓄客,二是进行产品推广。有置业者表示,楼盘产品在推广活动中会有很多的意向置业者参与,也会出现围绕该楼盘项目营销的热闹场景,而后期的项目营销现场往往显得十分冷清,每天虽然会有选房看房的置业者,但整体上似乎少了许多现场的人气。



瞰城事·读楼市

某楼盘项目营销负责人直言,楼盘项目首次推广之前会通过各种渠道蓄客,推广活动现场也会有一定数量的购房订单,但推广活动后营销现场较为冷清,这种状况也说明现在市场的产品丰富,而各项目营销仅依靠“渠道销售引流”,缺乏在市场上的声音,进而一些楼盘产品有些“孤芳自赏”的感觉。

在当下楼市营销再次陷入困境之

际,如何破解楼盘项目难以让有需求的置业者走进来实地鉴赏的难点,也成为许多项目产品营销关注的焦点。

为更好地助力楼盘项目走近置业者,让更多新的优质房源受到意向置业者的关注,由本报独家创意发起,旨在为楼盘项目提供有效的产品推荐与展示,着力搭建良好的楼市供需营销平台的“津筑家营销合作社”登场,这是天津楼市首家由媒体策划推出的拓展传统营销的全新模式,将创新整合多方资源,打破信息壁垒,为楼盘销售赋能,为

有需求的置业者提供更精准、更高效的服务。“津筑家营销合作社”现征集楼盘项目参与,并面向各楼盘项目发出“楼市名盘帖”邀请。

有房地产企业负责人表示,随着房地产市场进入调整期,传统的房产营销模式面临成本高、渠道乱、客户触达效率低等挑战。开发商亟须更精准、更具公信力的推广渠道,而购房者也渴望获得更真实、更全面的项目信息。在此背景下,“津筑家营销合作社”的推出不仅仅满足于做一个信息的传播者,更要成

外地置业者 青睐三居室户型

近两年,选择在天津安家置业的外地人购房潮持续升温,许多外地置业者从过去的在天津租房工作或生活转变成在天津置业安家,在产品选择上也以三居室为主要目标。有楼盘营销负责人表示,外地置业者是近年来楼市产品营销的又一新生群体,许多外地人在天津打拼,于是也就有了在天津安家的想法,同时,多年来

天津优质教育的引力和城市的快速发展也让外地人有了为孩子的未来,为自己的生活选择住在天津的想法。

为了更好地服务于有意向安家天津的外地置业者,帮助他们甄选到适宜的楼盘产品,本报开通专为外地置业者提供房源信息推荐的上新服务,其中包括梳理外地置业者不同的选房需求推荐适宜楼

盘,组织有意向的外地置业者一起到楼盘现场实地品鉴,同时介绍区域的过往与当下以及历史文脉,针对外地置业者选择楼盘产品提供业内指导,邀约专业人士互动交流,深入了解楼盘产品,搭建更多的延伸服务平台,融入与房子有关的多渠道内容,助力外地置业者在天津的安家需求。添加微信注明“安家天津”即可。

楼市速递

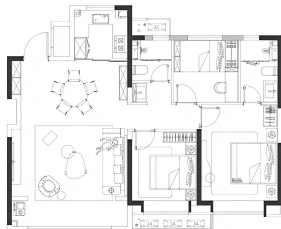
北辰实景准现房登场

日前,位于北辰区的高品质居住社区以实景准现房登场,该产品以区位、优学、醇熟、园境、颜值、匠心、精装、尺度、公区9大PRO品质体系定义了人居改善的新方向。项目拥有约4.4万平方米全景森系园林,450米环形跑道蜿蜒其间,精心打磨的4大主题花园上演着四季不同的风景剧目。约8000平方米的中央景观区串联起林荫中的归家场景,在这里,园林景观不是配套,而是一种生活品质的象征。

高颜值的美学建筑肌理融合着“家”的仪式感,将“回家”演绎为慢慢走进生活的礼序,大约55米的楼间距带来全天候无遮挡的采光效果,居住者在360度环幕视野中享受着森林花园的迷人景致。项目以PRO级标准的精装交付让生活有了更多的质感。

户型推荐 118平方米三居室

户型设计方正舒适,动线布局实用性强,主卧室套房设计更具高端品质感与时尚感,宽敞明亮的客厅、餐厅、厨房相融合,让居家生活有了更多的温馨。该户型非常适宜改善型需求,既有生活的品质呈现,又让心情得以舒缓沉静,融入肌理的功能美学构成了人居向内追寻、从容丰盈的生活哲学。



“安家天津好房荟”推荐户型

◀ 约111平方米三居室 ▶

项目本身的品质以及科技含量带动了区域的居住品质提升,项目不仅拥有地铁资源,更享有高铁、城际以及无缝接驳的空铁联运资源,通达的交通枢纽让出行更便捷。

▶ 约114平方米三居室 ▶

产品位于城区繁华地段,依托交通枢纽的便捷与通达,提升了人们对“居住地铁沿线”的需求,户型设计实用性强,既有居住的时尚感,又不乏生活的品质呈现。



【有安家天津置业需求且喜欢以上房源的置业者可拨打电话报名参与现场鉴赏】

本版户型图由企业提供

本版相关活动报名电话 13612081010 (微信同号)