

CONTENTS

目录

vanke

- 一、5月市场情况
- 二、5月业绩完成情况和客户分析
- 三、5月工作复盘及问题总结
- 四、6月销售目标及策略铺排

CONTENTS

目录

vanke

一、5月市场情况

■ 5月竞品成交情况

■ 5月市场总结

项目	产品面积 (㎡)	价格变化 (元/㎡)	5.1-5.7 来访	5.1-5.7 成交	5.8-5.14 来访	5.8-5.14 成交	5.15-5.21 来访	5.15-5.21 成交	5.22-5.28 来访	5.22-5.28 成交	来访变化	成交变化	本月 来访	本月 成交	4月 来访	4月 成交	月度来 访变化	月度成 交变化	核心政策
柳州 万科城	高层88-128㎡ 洋房129-243㎡	7058	147	36	83	12	63	10	55	7	-8	-3	337	65	327	46	10	19	渠道政策：住宅2.5%/套，≥15套，3%/套； 销售政策：1、 团购97折 ；2、物业费权益；3、车位优惠权益
鼎华城	89-180㎡	6143	79	8	55	5	45	4	48	4	3	0	247	22	187	15	60	7	渠道政策：1、三个月1-9套2.5%，10-19套3%，20-39套4%，40套以上5%；2、前100组有效带访送50元联华购物卡/组 销售政策：1、特价房5708元/㎡起；2、首付4万起；3、成交外98着；4、成交送2年物业费；5、3万购产权车位；6、成交送香水礼盒；7、成交送全屋定制18件套；
彰泰 欢乐颂	103-126㎡	5950	37	5	32	5	24	3	22	2	-2	-1	139	18	26	2	113	16	渠道政策：佣金2.5% 销售政策：1、准现房5539元/㎡起；2、首付3万起；3、加2万元得产权车位； 4、2#5月30日交付
绿城 杨柳郡	77-238㎡	下白沙 11000	46	9	40	5	50	5	35	3	-15	-2	216	32	231	24	-15	8	渠道政策：1、佣金2-2.5%/套,额外6000元/套现金奖； 销售政策：1、特价房9999元/㎡起；2、2万抵5万优惠； 3、石榴苑5月30日交付
龙光 玖悦湾	94-143㎡	7500	33	5	25	2	15	1	20	2	5	1	109	12	56	7	53	5	渠道政策：佣金3.5万元/套 销售政策：1、总经理额外98折，两人成团额外99折； 2、老带新2万佣金；3、准现7203元/㎡起；
建开 美好家	75-123㎡	8200	86	18	50	8	59	10	36	3	-23	-7	231	43	187	34	44	9	渠道政策：佣金3%/套，成交奖iPhone14手机一台， 销售政策：1、准现房7986元/㎡起；2、送产权车位；
奥园 紫荆花城	89-118㎡	9000	13	1	8	0	5	0	3	0	-2	0	29	1	30	3	-1	-2	渠道政策：/ 销售政策：1、特价房8588元/㎡起；2、最高立减10万；3、到访送加湿器；4、成交送万元家电礼包（冰箱、空调、电视机）
云星 钱隆御景	97-121㎡	10500	28	3	16	3	20	4	13	1	-7	-3	91	13	63	8	28	5	渠道政策：3万/套 销售政策：1、特价房9013元/㎡起；2、送2年物业费；3、购房立减52000元；4、加4万购产权车位；5、99*99折
中国铁建 国际城	99-108㎡	8800	42	5	28	2	31	3	28	2	-3	-1	133	14	105	16	28	-2	渠道佣金：2.5%/套 销售政策：1、特惠房源7830元/㎡起；2、首付15.5万，月供3000元起； 3、二期翰林江苑展示厅开放；4、2万车位抵扣券；5、成交送米油礼包
荣和天筑	76-113㎡	7500	122	15	54	5	45	4	37	4	-8	0	258	29	136	21	122	8	渠道政策：佣金2%；推荐成交3000元/套 销售政策：1、特惠房源7099元/㎡起；2、首付3万起，月供2700元起，2年免息，全款分期免息； 3、加2万送产权车位；
华润 静兰湾	95-143㎡	8700	115	16	71	8	57	6	51	5	-6	-1	342	38	134	31	208	7	渠道佣金：1.5%-2.5% 销售政策：1、一口价8305元/㎡起；2、限时98折；3、成交送品牌家电； 4、加1万元购产权车位；5、购房补贴2万元/套
联发 山水间	88-133㎡	6528	62	13	26	1	18	1	19	3	1	2	140	18	143	24	-3	-6	佣金：1、2.5-4万/套；成交并当月签约奖励额外2000元/套； 销售政策：1、特价58xx元/㎡起；2、首付6万起，月供2200元；3、加2万购产权车位；4、成交送千元品牌家电；5、交付再月供
合景 云溪四季	98-130㎡	6000	143	22	61	11	64	7	45	7	-19	0	366	49	250	42	116	7	渠道佣金：佣金4-6%； 销售政策：1、0首付，月供2600元起；2、1万购产权车位；3、成交砸金蛋送家电礼；4、特价房5385元/㎡起；
vanke 合计			953	156	549	67	496	58	412	43	-84	-15	2638	354	1875	273	763	81	/

内部文件
请勿外传

1、市场总结：主力竞品在5月总来访2638组（较上月↑763组），总成交354组（较上月↑81组）；5月受五一和520节点影响，来访成交对比上月有所上升；

2、竞品分析：主流竞品以低首付、车位优惠权益吸引客户到访，配合特价房源促进成交；

- 鼎华城以特价房5780元/m²，首付4万起，3万购产权车位、成交送2年物业费为政策爆点，5月成交22组；
- 建开美好家7字头准现房，以成交送产权车位配合凭合同读书政策，吸引一波客户，5月成交43组；
- 彰泰欢乐颂首付3万起，5字头特价房、加2万送产权车位实现5月成交18组；
- 华润静兰湾推出一口价房源8305元/m²起，月底加码1万元购产权车位和购房补贴2万元/套政策，5月成交38组；
- 荣和天筑特价房7099元/m²起，配合首付3万起、月供2700+和加2万送产权车位政策，5月成交29组。

3、市场预判：预估6月竞品将加码年中大促政策，提前抢占618市场，后续将会针对端午节节点进行强加码动作；项目需抓住4周年节点，开放新品牌馆，输出理想大城已成主题，提升项目大城价值，提前蓄客618。

CONTENTS

目录

vanke

二、5月业绩完成情况和客户分析

- 销售数据
- 来访客户分析
- 成交客户分析
- 问题总结

认购目标11000万，完成4445万，完成率40.4%；
签约目标11000万，完成4887万，完成率44.4%；
回款目标10500万，完成 万，完成率 %。

类别	5月业绩完成情况			
	月度目标	实际完成	缺口	完成率
认购	11000万	4445万	6555	40.4%
签约	10000万	4887万	6113万	44.4%
回款	10500万	万	万	



认购金额4445万

合计认购64组，
住宅54组，商铺9组，车位1组；



签约金额4887万

住宅签约62组4622万，
商铺签约5组，220.9万；
车位签约9个44万；



回款金额 万

库存梳理

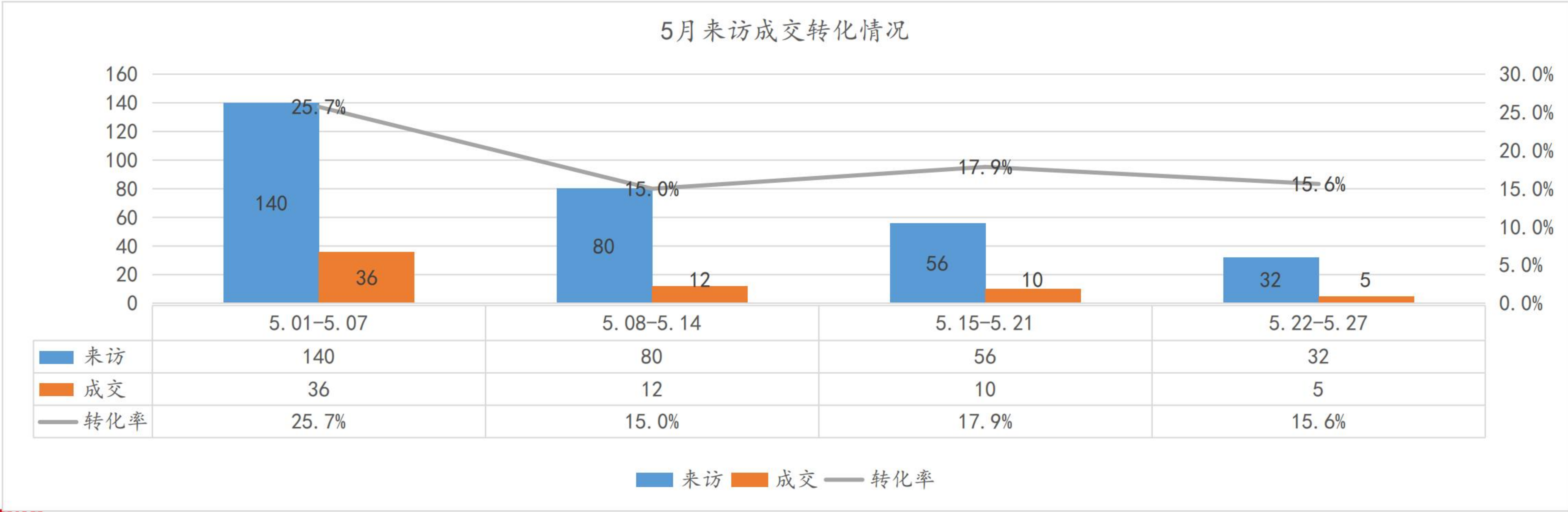
- 目前住宅库存278套，货值23591万；
- 其中主力去化产品江望5#、4#货值剩余8853万，星园4#货值剩余7437万，星园3#88/105m²户型剩余货值3619万，足以支撑完成本月任务，需包装节点完成去化，才达成本月任务

楼栋	面积	套数	面积 (m²)	金额 (万元)
江望3#	129	2	258.84	413
	244	2	243.91	238
江望8#	115	1	115.32	74
江望2#	129	2	258.84	376
	142	7	2419.61	2092
江望5#	244	2	487.82	489
	128	3	381.93	271
江望4#	顶	3	443.01	348
	109	19	2076.51	1698
	112	22	2476.98	1985
	128	45	5726.25	4302
	顶复	2	286.71	249
楼栋	面积	套数	面积 (m²)	金额 (万元)
星园3#	88	31	2742.88	1768
	105	28	2933.56	1851
星园4#	85	45	3840.75	2455
	102	58	5902.08	3834
	108	16	1737.44	1148
合计		278	32332.44	23591

江望																				
3#	A单元		2#	A单元		4#	A单元				5#	A单元				7#	A单元			
	1	2		1	2		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4
建面	142.33	142.33	建面	142.33	142.33	建面	109.29	127.25	127.25	112.59	建面	112.64	127.31	127.31	109.33	建面	109.62	127.64	127.64	112.94
套内	119.31	119.31	套内	119.31	119.31	套内	89.24	103.91	103.91	91.94	套内	91.94	103.91	103.91	89.24	套内	89.24	103.91	103.91	91.94
顶复	1101	1102	顶复	1101	1102	顶复	-	2502	2503	-	顶复	1801	1802	1803	1804	17层	1701	1702	1703	1704
10层	1001	1002	10层	1001	1002	24层	2401	2402	2403	2404	17层	1701	1702	1703	1704	16层	1601	1602	1603	1604
9层	901	902	9层	901	902	23层	2301	2302	2303	2304	16层	1601	1602	1603	1604	15层	1501	1502	1503	1504
8层	801	802	8层	801	802	22层	2201	2202	2203	2204	15层	1501	1502	1503	1504	14层	1401	1402	1403	1404
7层	701	702	7层	701	702	21层	2101	2102	2103	2104	14层	1401	1402	1403	1404	13层	1301	1302	1303	1304
6层	601	602	6层	601	602	20层	2001	2002	2003	2004	13层	1301	1302	1303	1304	12层	1201	1202	1203	1204
5层	501	502	5层	501	502	19层	1901	1902	1903	1904	12层	1201	1202	1203	1204	11层	1101	1102	1103	1104
4层	401	402	4层	401	402	18层	1801	1802	1803	1804	11层	1101	1102	1103	1104	10层	1001	1002	1003	1004
3层	301	302	3层	301	302	17层	1701	1702	1703	1704	10层	1001	1002	1003	1004	9层	901	902	903	904
2层	201	202	2层	201	202	16层	1601	1602	1603	1604	9层	901	902	903	904	8层	801	802	803	804
1层	101	102	1层	101	102	15层	1501	1502	1503	1504	8层	801	802	803	804	7层	701	702	703	704
库存均价	16186	10971	库存均价	9648	10301	14层	1401	1402	1403	1404	7层	701	702	703	704	6层	601	602	603	604
成交均价	8908	8067	成交均价	9381	8114	13层	1301	1302	1303	1304	6层	601	602	603	604	5层	501	502	503	504
剩余套数	1	2	剩余套数	8	3	12层	1201	1202	1203	1204	5层	501	502	503	504	4层	401	402	403	404
						11层	1101	1102	1103	1104	4层	401	402	403	404	3层	301	302	303	304
						10层	1001	1002	1003	1004	3层	301	302	303	304	2层	201	202	203	204
						9层	901	902	903	904	2层	201	202	203	204	库存均价	-	6649	-	-
						8层	801	802	803	804	库存均价	7831	7246	6696	7049	成交均价	7049	6799	7923	7192
						7层	701	702	703	704	成交均价	7575	7177	7251	7247	剩余套数	0	2	0	0
						6层	601	602	603	604	剩余套数	1	3	1	1					
						5层	501	502	503	504										
						4层	401	402	403	404										
						3层	301	302	303	304										
						2层	201	202	203	204										
						库存均价	8204	7629	7420	8042										
						成交均价	7495	9429	7129	-										
						剩余套数	20	22	23	23										

星园											
3#	A单元					4#	A单元				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
建面	104.77	88.48	88.48	107.80	104.77	建面	101.76	108.59	85.35	85.35	101.76
套内	84.73	71.55	71.55	87.18	84.73	套内	81.70	87.18	68.52	68.52	81.70
33层	3301	3302	3303	3304	3305	33层	3301	3302	3303	3304	3305
32层	3201	3202	3203	3204	3205	32层	3201	3202	3203	3204	3205
31层	3101	3102	3103	3104	3105	31层	3101	3102	3103	3104	3105
30层	3001	3002	3003	3004	3005	30层	3001	3002	3003	3004	3005
29层	2901	2902	2903	2904	2905	29层	2901	2902	2903	2904	2905
28层	2801	2802	2803	2804	2805	28层	2801	2802	2803	2804	2805
27层	2701	2702	2703	2704	2705	27层	2701	2702	2703	2704	2705
26层	2601	2602	2603	2604	2605	26层	2601	2602	2603	2604	2605
25层	2501	2502	2503	2504	2505	25层	2501	2502	2503	2504	2505
24层	2401	2402	2403	2404	2405	24层	2401	2402	2403	2404	2405
23层	2301	2302	2303	2304	2305	23层	2301	2302	2303	2304	2305
22层	2201	2202	2203	2204	2205	22层	2201	2202	2203	2204	2205
21层	2101	2102	2103	2104	2105	21层	2101	2102	2103	2104	2105
20层	2001	2002	2003	2004	2005	20层	2001	2002	2003	2004	2005
19层	1901	1902	1903	1904	1905	19层	1901	1902	1903	1904	1905
18层	1801	1802	1803	1804	1805	18层	1801	1802	1803	1804	1805
17层	1701	1702	1703	1704	1705	17层	1701	1702	1703	1704	1705
16层	1601	1602	1603	1604	1605	16层	1601	1602	1603	1604	1605
15层	1501	1502	1503	1504	1505	15层	1501	1502	1503	1504	1505
14层	1401	1402	1403	1404	1405	14层	1401	1402	1403	1404	1405
13层	1301	1302	1303	1304	1305	13层	1301	1302	1303	1304	1305
12层	1201	1202	1203	1204	1205	12层	1201	1202	1203	1204	1205
11层	1101	1102	1103	1104	1105	11层	1101	1102	1103	1104	1105
10层	1001	1002	1003	1004	1005	10层	1001	1002	1003	1004	1005
9层	901	902	903	904	905	9层	901	902	903	904	905
8层	801	802	803	804	805	8层	801	802	803	804	805
7层	701	702	703	704	705	7层	701	702	703	704	705
6层	601	602	603	604	605	6层	601	602	603	604	605
5层	501	502	503	504	505	5层	501	502	503	504	505
4层	401	402	403	404	405	4层	401	402	403	404	405
3层	301	302	303	304	305	3层	301	302	303	304	305
2层	201	202	203	204	205	2层	201	202	203	204	205
库停均价	6311	6440	6439	-	6306	库停均价	6453	6604	6453	6353	6603
成交均价	6316	6532	6421	6461	6409	成交均价	6512	6605	6412	6295	-
剩余套数	26	27	5	0	5	剩余套数	30	17	25	21	27

- ◆ 5月市场下行，项目来访成交整体下降，来访环比下滑22.6%，成交环比上涨36.9%，转化率维持在20%左右
- 5月第一周来访140组，成交36组，转化率25.7%；利用五一政策及优惠返场购收割观望客户；
- 5月第二周来访80组，成交12组，转化率15%；五一节后市场遇冷，客户观望情绪加大，成交大幅下降；
- 5月第三周来访56组，成交10组，转化率17.9%；利用“520购房节”节点口径及政策包装去化前期老客；
- 5月第四周来访32组，成交5组，转化率15.6%，利用“教育系统团购专场”政策持续转化团购客户。



来访区域	5月1-7日		5月8-14日		5月15-21日		5月22-27日		5月合计		4月合计		5月与4月差异
	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数
柳北区	97	69.3%	45	56.3%	29	51.8%	16	55.2%	187	61.3%	243	61.1%	-56
柳南区	27	19.3%	16	20.0%	15	26.8%	11	37.9%	69	22.6%	58	14.6%	11
城中区	5	3.6%	1	1.3%	2	3.6%	1	3.4%	9	3.0%	14	3.5%	-5
广西区外其他省市	1	0.7%	4	5.0%	2	3.6%	1	3.4%	8	2.6%	6	1.5%	2
来宾市	0	0.0%	5	6.3%	1	1.8%	1	3.4%	7	2.3%	19	4.8%	-12
柳江区	3	2.1%	3	3.8%	1	1.8%	0	0.0%	7	2.3%	7	1.8%	0
鱼峰区	4	2.9%	1	1.3%	0	0.0%	1	3.4%	6	2.0%	12	3.0%	-6
柳城县	0	0.0%	2	2.5%	2	3.6%	0	0.0%	4	1.3%	7	1.8%	-3
河池市	0	0.0%	1	1.3%	3	5.4%	0	0.0%	4	1.3%	3	0.8%	1
融水县	2	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%	3	1.0%	6	1.5%	-3
融安县	1	0.7%	0	0.0%	1	1.8%	0	0.0%	2	0.7%	2	0.5%	0
三江县	0	0.0%	1	1.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.3%	0
广西区内其他城市	0	0.0%	1	1.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%	13	3.3%	-12
鹿寨县	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	1.8%	-7
合计	140	100.0%	80	100.0%	56	100.0%	32	110.3%	308	101.0%	398	100.0%	-90

5月项目到访308组，较4月↓90组，环比下降22.6%。

【柳北区】来访187组，占比61.3%，较上月↓56组，环比↓23%；

【柳南区】来访69组，占比22.6%，较上月↑11组，5月加大厂企拓展力度，配合地推及业主关键人打入，来访占比提升；

小结：

- 受市场下行影响，5月整体来访量下滑较多，主要缺口地缘客户及异地客户；
- 竞品降价促销及截客动作频繁，部分学区客户及刚需客户被分流。

来访途径	5月1-7日		5月8-14日		5月15-21日		5月22-27日		5月合计		4月合计		5月与4月差异
	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数
渠道带看	28	20.0%	27	33.8%	14	25.0%	8	27.6%	77	25.2%	115	28.9%	-38
自然到访	37	26.4%	15	18.8%	12	21.4%	8	27.6%	72	23.6%	85	21.4%	-13
老带新	15	10.7%	10	12.5%	16	28.6%	2	6.9%	43	14.1%	62	15.6%	-19
朋友推荐	15	10.7%	10	12.5%	4	7.1%	4	13.8%	33	10.8%	55	13.8%	-22
企业团购	10	7.1%	7	8.8%	3	5.4%	2	6.9%	22	7.2%	27	6.8%	-5
万小二	8	5.7%	5	6.3%	4	7.1%	2	6.9%	19	6.2%	27	6.8%	-8
自渠	11	7.9%	5	6.3%	3	5.4%	4	13.8%	23	7.5%	13	3.3%	10
员工推荐	10	7.1%	1	1.3%	0	0.0%	1	3.4%	12	3.9%	7	1.8%	5
分享家推荐	6	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%	7	2.3%	7	1.8%	0
合计	140	100.0%	80	100.0%	56	100.0%	32	110.3%	308	101.0%	398	100.0%	-90

- 【渠道带看】77组，占比25.2%，较上月↓38组，环比↓33%；
- 【自然到访】138组，占比29.6%，较上月↓13组，环比↓15.3%；
- 【老带新】75组，占比12.6%，较上月↓19组，环比↓30.6%；
- 【企业团购】22组，占比4.1%，较上月↓5组，占比较上月有提升，目前企业团购持续发掘中；
- 小结：
- 受5月五一节点过后整体市场下行影响，项目各渠道来访量均有所下滑；
 - 5月针对自渠团队进行了人员调整及分工整合，加之企业团购的推进，到访量增加较多；

未成交抗性	5月1-7日		5月8-14日		5月15-21日		5月22-27日		5月合计		4月合计		5月与4月差异
	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数
决策人不全/意见不一	18	17.6%	17	24.6%	7	14.9%	3	11.1%	45	18.4%	29	9.0%	16
观望情绪	20	19.6%	13	18.8%	8	17.0%	1	3.7%	42	17.1%	41	12.8%	1
单价高	16	15.7%	11	15.9%	7	14.9%	4	14.8%	38	15.5%	54	16.8%	-16
学区不稳定	13	12.7%	9	13.0%	5	10.6%	3	11.1%	30	12.2%	23	7.2%	7
交房时间晚	4	3.9%	13	18.8%	6	12.8%	6	22.2%	29	11.8%	24	7.5%	5
地段不理想/偏远	9	8.8%	1	1.4%	2	4.3%	0	0.0%	12	4.9%	22	6.9%	-10
首付资金不到位	3	2.9%	1	1.4%	3	6.4%	3	11.1%	10	4.1%	38	11.8%	-28
其他	6	5.9%	0	0.0%	2	4.3%	2	7.4%	10	4.1%	19	5.9%	-9
对比竞品	1	1.0%	2	2.9%	1	2.1%	4	14.8%	8	3.3%	22	6.9%	-14
楼层不合适	1	1.0%	2	2.9%	3	6.4%	0	0.0%	6	2.4%	4	1.2%	2
户型问题	2	2.0%	0	0.0%	3	6.4%	1	3.7%	6	2.4%	15	4.7%	-9
总价高	5	4.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	2.0%	15	4.7%	-10
贷款问题	2	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.8%	6	1.9%	-4
月供高	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.4%	4	1.2%	-3
小区环境/会所配套不够好	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.4%	5	1.6%	-4
合计	102	100.0%	69	100.0%	47	100.0%	27	100.0%	245	100.0%	321	100.0%	-76

【决策人不全/意见不一】45组，占比18.4%，较上月↑16组；环比↑55.17%；

【观望情绪】42组，占比17.1%，较上月↑1组，环比↑2%；

【单价高】38组，占比15.5%，较上月↓16组；环比↓29.6%；

小结：

- 5月市场呈现持续下探趋势，多个竞品进行了政策加码，项目客户被分流；
- 客户主要为婚房/租房换房等刚性需求，加之竞品项目促销政策频出，到访客户对于新房价格的预期不到位。



扫码下载方案

知识星球：地产智库

超1300000份资料
总计13530GB

8大星主加盟倾力打造，中国领先的地产知识库！
一个"地产智库" = 1个营销方案库 + 1个策划人方案库
+ 1个文案库 + 1个设计库 + 1个视频库 + N个其他平台网站

公众号：地产智库精选

关注公众号领取4000+资料包，心动不如行动哦！

365天全程陪跑，不间断分享：营销、活动、设计、
广告、文案、美陈、物料等各类最新资料

微信号：**dczk1121** 可咨询

【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】



长按扫码关注

地产智库知识矩阵



扫码加入地产智库



扫码加入设计库



地产智库视频号



地产智库抖音号

营销 | 策划 | 培训 | 产品 | 设计 | 报建
前策 | 开发 | 广告 | 研判 | 成本 | 推广
物业 | 运营 | 工程 | 人力 | 研报 | 美陈

- 5月总成交63组（住宅55组，商铺8组）；
- 户型结构：主力成交楼栋为星园4#，共26组，占比41.3%；其中成交主力户型为星园4# 88m²户型，共13组，占比20.6%；其次为江望5#128m²户型，共7组，占比11.1%；
- 目前星园108m²户型基本去化，88m²户型为成交主力，下阶段重点持续去化星园88m²产品。

地块	户型	4月		5月		差异组数
		成交套数	成交占比	成交套数	成交占比	
星园	88m²	9	19.6%	15	23.8%	6
	101m²	10	21.7%	12	19.0%	2
	108m²	7	15.2%	7	11.1%	0
江望	105m²	2	4.3%	0	0.0%	-2
	109m²	6	13.0%	3	4.8%	-3
	115m²	3	6.5%	2	3.2%	-1
	128m²	5	10.9%	12	19.0%	7
	142m²	1	2.2%	2	3.2%	1
熙园	126m²	1	2.2%	0	0.0%	-1
子园	96m²	0	0.0%	1	1.6%	1
央璟	101m²	0	0.0%	1	1.6%	1
	商铺	0	0.0%	2	3.2%	2
怡璟	商铺	2	4.3%	6	9.5%	4
合计		46	100.0%	63	100.0%	17

成交区域	5月1-7日		5月8-14日		5月15-21日		5月22-27日		5月合计		4月合计		5月与4月差异
	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数
柳北区	20	55.6%	9	75.0%	6	60.0%	2	40.0%	37	58.7%	26	56.5%	11
柳南区	8	22.2%	1	8.3%	2	20.0%	2	40.0%	13	20.6%	6	13.0%	7
来宾市	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.6%	5	10.9%	-4
柳江区	1	2.8%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.2%	3	6.5%	-1
鱼峰区	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.3%	-2
防城港市	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	-1
三江县	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	-1
玉林市	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	-1
鹿寨县	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	-1
城中区	2	5.6%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	3	4.8%	0	0.0%	3
广西区外	2	5.6%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	3	4.8%	0	0.0%	3
南宁市	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.6%	0	0.0%	1
河池市	0	0.0%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	1	1.6%	0	0.0%	1
梧州市	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.6%	0	0.0%	1
融安县	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	1	1.6%	0	0.0%	1
合计	36	100.0%	12	100.0%	10	100.0%	5	100.0%	63	100.0%	46	100.0%	17

- 【柳北区】成交37组，占比58.7%，较上月↑11组，环比↑42.3%；
- 【柳南区】成交13组，占比20.6%，较上月↑7组，环比↑116.7%；
- 【来宾市】成交1组，占比1.6%，较上月↓4组，环比↓80%；

小结：

- 柳北区客户以柳钢团购客户为主要成交群体，以及针对厂企门口长期派发宣传单页、活动券吸引到访。
- 柳南区客户被中国铁建、荣和天筑等竞品，推出0首付、送车位、特价房等政策分流一部分。

■ 来宾市客户受学校问题影响，以及广告投放方向调整，吸引客群力度下降，下阶段根据广告公司调整方向进行新政策投放。

成交途径	5月1-7日		5月8-14日		5月15-21日		5月22-27日		5月合计		4月合计		5月与4月差异
	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数	占比	组数
老带新	11	30.6%	3	25.0%	5	50.0%	2	40.0%	21	33.3%	12	26.1%	9
渠道带访	4	11.1%	1	8.3%	0	0.0%	1	20.0%	6	9.5%	12	26.1%	-6
自然到访	5	13.9%	3	25.0%	2	20.0%	0	0.0%	10	15.9%	9	19.6%	1
分享家	2	5.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.2%	2	4.3%	0
万小二	1	2.8%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	2	3.2%	1	2.2%	1
员工推荐	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.6%	1	2.2%	0
朋友介绍	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	-1
企业团购	8	22.2%	3	25.0%	2	20.0%	0	0.0%	13	20.6%	8	17.4%	5
朴邻	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	2	40.0%	3	4.8%	0	0.0%	3
自渠	4	11.1%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	5	7.9%	0	0.0%	5
合计	36	100.0%	12	100.0%	10	100.0%	5	100.0%	63	100.0%	46	100.0%	17

- 【自然到访】成交10组，占比15.9%，较上月↑1组，环比↑11.1%；
- 【老带新】成交21组，占比20.7%，较上月↑9组，环比↑75%；
- 【柳钢/柳工/五菱团购】成交13组，占比20.6%，其中柳钢成交10套，柳工成交2套，五菱1组。

小结：

- 5月投放素材主要围绕企业团购、老带新政策以及低首付低门槛进行输出，相比上月，五一期间企业团购及老带新成交数据有明显提升，下阶段主攻柳北区和柳南区幼儿园、小学，持续开展教育团购专场活动及政策；
- 将低粘性业主筛选，开展相应维系动作，形成闭环动作；
- 柳钢团购组合动作收到成效，通过柳钢、柳工、五菱拓展成交13组；下阶段可复制成功经验至其他中小型企业。

【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/gm6w> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众账号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】

置业顾问	接待量	成交量	成交明细	成交途径	成交周期（天）	转化率
黄安安	9	5	怡璟9-108	老带新	2	55.6%
			央璟11-109	老带新	11	
			江望5-801	自然到访	2	
			星园4-1203	自然到访	2	
			怡璟9-112	自然到访	1	
万桂力	12	4	星园4-1202	老带新	3	33.3%
			星园4-2703	渠道带访	3	
			江望5-602	分享家	1	
			星园4-1303	老带新	5	
			星园4-1905	自渠	1	29.4%
黎雪	17	5	江望4-2402	自然到访	1	
			星园4-2901	自然到访	1	
			怡璟9-114	老带新	8	
			星园4-1605	老带新	1	
韦志光	21	6	江望5-1302	老带新	2	28.6%
			星园4-1302	自渠	5	
			星园4-1903	老带新	2	
			江望8-2-204	老带新	1	
			星园4-1102	自渠	1	27.8%
潘小婵	18	5	星园4-1502	老带新	7	
			子园1-1701	分享家	1	
			江望9-1-802	老带新	2	
			江望5-1202	老带新	1	
			星园3-2001	自然到访	1	25.0%
莫润洁	16	4	星园4-1704	老带新	1	
			星园4-905	自渠	1	
			星园3-2905	自然到访	2	
			江望5-302	万小二	5	
			星园4-303	自然到访	1	24.2%
黄静雯	33	8	星园4-601	渠道带访	1	
			江望5-1002	万小二	1	
			星园3-1501	渠道带访	1	
			星园4-1404	老带新	2	
			星园4-705	自然到访	3	23.1%
李婷	26	6	星园4-2503	老带新	8	
			星园4-2104	老带新	5	
			央璟12-107	自渠	27	
			星园3-203	自渠	3	
			江望5-1401	渠道带访	19	23.1%
李婷	26	6	江望5-1402	员工推荐	1	
			江望4-1401	员工推荐	5	
			怡璟9-109	老带新	1	
			星园3-605	自然到访	1	

置业顾问	接待量	成交量	成交明细	成交途径	成交周期（天）	转化率
罗佳媛	44	9	星园4-704	老带新	5	20.5%
			江望2-601	老带新	2	
			江望5-1102	自然到访	1	
			星园3-2405	自然到访	1	
			江望9-1-1402	员工推荐	1	
			星园4-1103	朴邻	3	
			江望5-204	万小二	1	
			怡璟9-113	老带新	1	
			央璟7-201	渠道带访	7	17.6%
曾艺	17	3	星园4-2103	渠道带访	27	
			江望4-1602	自然到访	1	
			星园4-2602	自渠	1	16.7%
覃宝龙	12	2	星园4-702	老带新	1	
			星园4-602	渠道带访	1	15.4%
彭巧兰	13	2	星园3-801	渠道带访	1	
			江望2-902	自然到访	1	14.3%
王良毅	7	1	怡璟9-110	自然到访	3	
莫建松	20	2	星园3-602	自然到访	8	10.0%
			星园4-3204	优居	3	6.3%
刘永诚	16	1	江望7-402	老带新	7	
曾水玉	2	0	——	——	——	
梁珍	10	0	——	——	——	
罗振	15	0	——	——	——	
合计	308	63			平均成交周期3天	20.5%

【仅供学习交流，请24小时内删除】[点击下载https://t.zsxq.com/jfm6mg](https://t.zsxq.com/jfm6mg)下载更多无水印高清图案【关注微信公众号：地产智库精选】关注即送最新方案9000份【方案互换加微信：dczk1121】

柳州万科城微周期管理—项目任务完成进度榜（5.1-5.27）											
序号	团队	置业顾问	套数	完成情况	目标差距（金额）	排名（50%）	接待量	转化率（30%）	邀约量（10%）	复访率（10%）	未开单天数
1	唯家	黄静雯	8	516	44	1	32	25%	17	13%	1
2	唯家	罗佳媛	7	476	224	2	44	16%	7	11%	1
3	唯家	李婷	7	490	210	3	23	30%	9	26%	9
4	唯家	黎雪	5	419	141	4	16	31%	6	38%	7
5	中原	潘小婵	5	377	463	5	19	26%	12	32%	13
6	唯家	韦志光	4	272	428	6	15	27%	10	40%	1
7	唯家	莫润洁	4	269	221	7	15	27%	2	7%	7
8	唯家	曾艺	3	231	189	8	16	19%	4	25%	4
9	中原	万桂力	3	196	434	9	14	21%	5	21%	25
10	中原	黄安安	3	187	653	10	9	33%	4	44%	12
11	唯家	彭巧兰	1	132	358	11	12	8%	6	33%	15
12	中原	覃宝龙	1	71	559	12	12	8%	3	25%	25
13	唯家	莫建松	1	54	576	13	20	5%	1	5%	14
14	唯家	王良毅	1	41	519	14	6	17%	0	0%	16
15	中原	刘永诚	1	82	618	15	15	7%	6	33%	7
16	中原	梁珍	0	0	700	16	10	0%	3	30%	36
17	中原	罗振	0	0	630	17	14	0%	3	21%	63

【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】

CONTENTS
目录

三、5月工作复盘及问题总结

vanke

市场曝光量低

品牌事件暂未落地，推广发声量低，市场认知度减弱

客户池收缩

地推小蜜蜂积极性弱，带客量低
老带新力度不足，转化率低

市场持续遇冷

市场热度持续下滑，客户来访量腰斩，五一后来访持续走低

核心问题聚焦：获客手段少，上客量不足

看这里



扫码免费加入

地产资料社群

上万份方案

免费下载

每天更新





甲方的保姆
邀请你加入星球，一起学习

地产智库-免费版

星主：甲方的保姆



3900+ 成员数量	3200+ 内容数量	1032 运营天数
----------------------	----------------------	---------------------

地产智库旗下免费资料分享库，专注地产资料分享，目前累计免费分享方案11000+  微信扫码即可免费加入

 知识星球

微信扫码加入星球 ▶



更多方案关注公众号：地产智库精选知识星球：地产智库方全站120W地产资料每天持续更新中 加入会员下载无水印版PPT方案 联系VX:dczk1121

投放总结

“广西万科”抖音号直播合计获客10组，消费2200元，平均获客成本220元/组。

● 5月已启动置业顾问全员直播，每人每天2小时，合计20人直播6天，留资2组；“广西万科”抖音号直播累计获客10组，消费2200元，平均获客成本220元/组。

● 5月抖音投放合计消费14.9万元，获客393组，平均获客成本379元/组；

● 5月抖音合计投放18条素材，其中柳南专项投放素材6条；视频主题以“月供1800+低门槛江景装修房”出街，累计获客32组，平均获客成本322元/组；

● 5月安居客投放累计获客250组，到访5组，成交2组，平均获客成本240元/组。

5月抖音投放数据										
账户	账户可用余额	转化数	转化成本	转化率(%)	消耗	展示数	平均千次展现费用(元)	点击数	点击率(%)	平均点击单价(元)
柳州万科城	48624.12	393	379.79	0.65	149256.18	4899279	30.46	60142	1.23	2.48
金域国际	26254.83	198	379.61	1.51	75162.45	1842205	40.80	13126	0.71	5.73
翡翠中央	90124.81	171	415.26	0.57	71010	1783171	39.82	30014	1.68	2.37
臻湾悦	84650.19	129	376.24	1.01	48535.57	1111858	43.65	12830	1.15	3.78
直播	22153.76	15423	1.09	32.63	16766.48	577150	29.05	47262	8.19	0.35

5月抖音素材投放数据							
序号	视频主题	消耗	展示数	点击数	转化数	平均转化成本	转化率
1	柳南区专项素材 (低月供、江景装修房)	3662	102411	1288	8	457.75	0.6%
2	低门槛江景房	7306	229622	2387	24	304.4166667	1.0%

【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注知识星球：地产智库方全站120W地产资料每天持续更新中 加入会员下载无水印版PPT方案 联系VX:dczk1121

5月安居客投放数据

账户	累计消费	累计线索	有效线索	有效率	到访量	转化率	成交量
柳州万科城	67740	250	24	9.6%	5	20.8%	2

内部文件 请勿外传

5月各板块工作检视					
来访途径	月目标	实际到访	差额	铺排动作完成情况	责任人
自然到访	200	105	-95	1、事件营销：①曙光西街床单布场，推进工作； ②推广配合：a、观止短视频制作：完成1初步剪辑，另1暂停； b、网红打卡：小红书4名完成拍摄，其余小红书11组及抖音40组暂停； C、大V炒作：柳州晚报及百事通推文暂停。 2、日常推广：①故事线系列稿推送完成；②抖音中台推送视频完成；③日常促销海报完成； 3、现场包装：①节点包装：520节点包装，到访送巧克力，金蛋台包装完成； ②阵地包装：老带新物料植入、周边新增围挡、客户动线包装、下沉楼梯包装完成。 4、地推爆破：城南学校、建材市场、公园派票完成。 5、定点爆破：①小蜜蜂新带访政策宣贯完毕，柳南区城中村（西鹤乡 渡口村）巡展落地； ②网红店、小卖部物料植入未完成，商家对小礼品不敏感，不愿做植入。 6、活动导流：①五一咖啡集市活动：邀请10家咖啡商家形成咖啡集市，吸引商家粉丝、客户、业主参与活动。 ②理想江岸草地音乐会：邀请咖啡骑士及其乐队现场演唱，定向邀约客户及业主参与。 ③新星教育集团亲子活动落地，现场客流约300组； ④农行520相亲活动落地，现场客流约30组； ⑤新星幼儿园第二场、红星幼儿园活动落地现场客流约300组。	袁强
老带新	180	55	-125	1、鸽缘计划：定向挖掘柳南厂企客户资源，已完成10场，来访4组，成交2套； 2、低粘性业主拜访：全月合计拜访111组，来访6组，成交2组； 3、业主群运营：已建立8大业主群，每周三次信息输出，来访4组，成交1组； 4、活动导流：520联动活动邀约业主报名参与，已到访8组； 5、“一张脸”计划：已完成问卷、业主档案模板、工作内容及责任清单。 6、老友集积分：已进行积分升级，现场物料包装已完成。	黄启东
分销	180	77	-103	1、渠道指定接待； 2、渠道门店拜访；	刘铮豪
万小二	80	19	-61	已完成安居客合同签订	宫辰
企业团购	80	22	-58	已完成柳工团购协议更迭	覃艳群
分享家	40	7	-33	1、现有经纪人搅动：点对点输出经纪人海报完成，经纪人拜访完成； 2、员工及合作方运营； 3、活动现场植入：现场注册新经纪人约35人。	覃艳群、吴艳香
直播	20	0	-20	1、中台入战，团队前期技能培训以及带教； 2、直播人员搭建完成； 3、柳州抖音企业号认证； 4、销售个人子账号认证； 5、全员直播已开启，使用视频号直播，每人每天2小时，合计20人直播6天； 6、“广西万科”抖音号直播合计34小时，获客10组，投流2200元，平均获客成本220元/组；	高云、袁强
自渠	20	23	3	1、金融、教育系统联合开展 520 资源导入活动完成； 2、周边厂企拜访13家完成； 3、生态技术学院，畜牧技术学院，团购协议签订，内网推送团购信息完成； 4、竞品以及二手门店经纪人拓展100人；	王明康
合计	800	308	-492	/	/

内部文件
请勿外传

CONTENTS
目录

vanke

四、6月销售目标及策略铺排

- 6月销售目标
- 6月核心路径
- 6月策略铺排
- 6月核心动作

库存梳理

- 目前住宅库存278套，货值23591万；
- 其中主力去化产品江望5#、4#货值剩余8853万，星园4#货值剩余7437万，星园3#88/105m²户型剩余货值3619万，足以支撑完成本月任务，需包装节点完成去化，才达成本月任务

楼栋	面积	套数	面积 (m²)	金额 (万元)
江望3#	129	2	258.84	413
	244	2	243.91	238
江望8#	115	1	115.32	74
江望2#	129	2	258.84	376
	142	7	2419.61	2092
江望5#	244	2	487.82	489
	128	3	381.93	271
江望4#	顶	3	443.01	348
	109	19	2076.51	1698
	112	22	2476.98	1985
	128	45	5726.25	4302
	顶复	2	286.71	249
楼栋	面积	套数	面积 (m²)	金额 (万元)
星园3#	88	31	2742.88	1768
	105	28	2933.56	1851
星园4#	85	45	3840.75	2455
	102	58	5902.08	3834
	108	16	1737.44	1148
合计		278	32332.44	23591

【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案

江望																				
3#	A单元		2#	A单元		4#	A单元				5#	A单元				7#	A单元			
	1	2		1	2		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4
建面	142.33	142.33	建面	142.33	142.33	建面	109.29	127.25	127.25	112.59	建面	112.64	127.31	127.31	109.33	建面	109.62	127.64	127.64	112.94
套内	119.31	119.31	套内	119.31	119.31	套内	89.24	103.91	103.91	91.94	套内	91.94	103.91	103.91	89.24	套内	89.24	103.91	103.91	91.94
顶复	1101	1102	顶复	1101	1102	顶复	-	2502	2503	-	顶复	1801	1802	1803	1804	17层	1701	1702	1703	1704
10层	1001	1002	10层	1001	1002	24层	2401	2402	2403	2404	17层	1701	1702	1703	1704	16层	1601	1602	1603	1604
9层	901	902	9层	901	902	23层	2301	2302	2303	2304	16层	1601	1602	1603	1604	15层	1501	1502	1503	1504
8层	801	802	8层	801	802	22层	2201	2202	2203	2204	15层	1501	1502	1503	1504	14层	1401	1402	1403	1404
7层	701	702	7层	701	702	21层	2101	2102	2103	2104	14层	1401	1402	1403	1404	13层	1301	1302	1303	1304
6层	601	602	6层	601	602	20层	2001	2002	2003	2004	13层	1301	1302	1303	1304	12层	1201	1202	1203	1204
5层	501	502	5层	501	502	19层	1901	1902	1903	1904	12层	1201	1202	1203	1204	11层	1101	1102	1103	1104
4层	401	402	4层	401	402	18层	1801	1802	1803	1804	11层	1101	1102	1103	1104	10层	1001	1002	1003	1004
3层	301	302	3层	301	302	17层	1701	1702	1703	1704	10层	1001	1002	1003	1004	9层	901	902	903	904
2层	201	202	2层	201	202	16层	1601	1602	1603	1604	9层	901	902	903	904	8层	801	802	803	804
1层	101	102	1层	101	102	15层	1501	1502	1503	1504	8层	801	802	803	804	7层	701	702	703	704
库存均价	16186	10971	库存均价	9648	10301	14层	1401	1402	1403	1404	7层	701	702	703	704	6层	601	602	603	604
成交均价	8908	8067	成交均价	9381	8114	13层	1301	1302	1303	1304	6层	601	602	603	604	5层	501	502	503	504
剩余套数	1	2	剩余套数	8	3	12层	1201	1202	1203	1204	5层	501	502	503	504	4层	401	402	403	404
						11层	1101	1102	1103	1104	4层	401	402	403	404	3层	301	302	303	304
						10层	1001	1002	1003	1004	3层	301	302	303	304	2层	201	202	203	204
						9层	901	902	903	904	2层	201	202	203	204	库存均价	-	6649	-	-
						8层	801	802	803	804	库存均价	7831	7246	6696	7049	成交均价	7049	6799	7923	7192
						7层	701	702	703	704	成交均价	7575	7177	7251	7247	剩余套数	0	2	0	0
						6层	601	602	603	604	剩余套数	1	3	1	1					
						5层	501	502	503	504										
						4层	401	402	403	404										
						3层	301	302	303	304										
						2层	201	202	203	204										
						库存均价	8204	7629	7420	8042										
						成交均价	7495	9429	7129	-										
						剩余套数	20	22	23	23										

星园																								
3#	A单元					4#	A单元																	
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5													
建面	104.77	88.48	88.48	107.80	104.77	建面	101.76	108.59	85.35	85.35	101.76													
套内	84.73	71.55	71.55	87.18	84.73	套内	81.70	87.18	68.52	68.52	81.70													
33层	3301	3302	3303	3304	3305	33层	3301	3302	3303	3304	3305													
32层	3201	3202	3203	3204	3205	32层	3201	3202	3203	3204	3205													
31层	3101	3102	3103	3104	3105	31层	3101	3102	3103	3104	3105													
30层	3001	3002	3003	3004	3005	30层	3001	3002	3003	3004	3005													
29层	2901	2902	2903	2904	2905	29层	2901	2902	2903	2904	2905													
28层	2801	2802	2803	2804	2805	28层	2801	2802	2803	2804	2805													
27层	2701	2702	2703	2704	2705	27层	2701	2702	2703	2704	2705													
26层	2601	2602	2603	2604	2605	26层	2601	2602	2603	2604	2605													
25层	2501	2502	2503	2504	2505	25层	2501	2502	2503	2504	2505													
24层	2401	2402	2403	2404	2405	24层	2401	2402	2403	2404	2405													
23层	2301	2302	2303	2304	2305	23层	2301	2302	2303	2304	2305													
22层	2201	2202	2203	2204	2205	22层	2201	2202	2203	2204	2205													
21层	2101	2102	2103	2104	2105	21层	2101	2102	2103	2104	2105													
20层	2001	2002	2003	2004	2005	20层	2001	2002	2003	2004	2005													
19层	1901	1902	1903	1904	1905	19层	1901	1902	1903	1904	1905													
18层	1801	1802	1803	1804	1805	18层	1801	1802	1803	1804	1805													
17层	1701	1702	1703	1704	1705	17层	1701	1702	1703	1704	1705													
16层	1601	1602	1603	1604	1605	16层	1601	1602	1603	1604	1605													
15层	1501	1502	1503	1504	1505	15层	1501	1502	1503	1504	1505													
14层	1401	1402	1403	1404	1405	14层	1401	1402	1403	1404	1405													
13层	1301	1302	1303	1304	1305	13层	1301	1302	1303	1304	1305													
12层	1201	1202	1203	1204	1205	12层	1201	1202	1203	1204	1205													
11层	1101	1102	1103	1104	1105	11层	1101	1102	1103	1104	1105													
10层	1001	1002	1003	1004	1005	10层	1001	1002	1003	1004	1005													
9层	901	902	903	904	905	9层	901	902	903	904	905													
8层	801	802	803	804	805	8层	801	802	803	804	805													
7层	701	702	703	704	705	7层	701	702	703	704	705													
6层	601	602	603	604	605	6层	601	602	603	604	605													
微信公众号：地产智库精选 关注即送最新方案9000份【方案号替换微信id:dczk12】																								
4层	401	402	403	404	405	4层	401	402	403	404	405													
3层	301	302	303	304	305	3层	301	302	303	304	305													
2层	201	202	203	204	205	2层	201	202	203	204	205													
库存均价	6311	6440	6439	-	6306	库存均价	6453	6604	6453	6353	6603													
成交均价	6316	6532	6421	6461	6409	成交均价	6512	6605	6412	6295	-													
剩余套数	26	27	5	0	5	剩余套数	30	17	25	21	27													

- 4组85/88m²低总价客户以及5组108m²户型偏好型客户占比较高；
- 可跟进客户质量偏低，对产品预期高，价格预期低，缺乏驱动力，共8组因价格问题暂未成交；

机会点

- 针对因价格未成交客户积极call释放节点性优惠折扣，以618年中冲刺邀约至现场，释放价格优惠逼定；
- 目前星园108m²户型仅剩16套，可通过价格或视野更优楼层挤压至105/102m²进行成交。

意向楼栋	意向户型	客户数量
星园3#	88m²	1
星园4#	85m²	3
星园4#	108m²	5
星园4#	102m²	1
江望7#	128m²	2
商铺	/	1
合计	/	13

深化大城底盘逻辑

两大节点造势，四大战法破题

618年中大促冲量

完善大城商业主轴

- 商业街店招包装落地，制造商业氛围，焕新社区形象；
- 主力店招商落地推进，加码社区商业价值，挤压小铺成交；

628拿地四周年品牌事件

社群运营深化

- 完善“出来玩社”及“浪花社”搭建框架，细化社群活动铺排；
- 社群主理人培育，组织热门社群活动，发掘并培育业主；

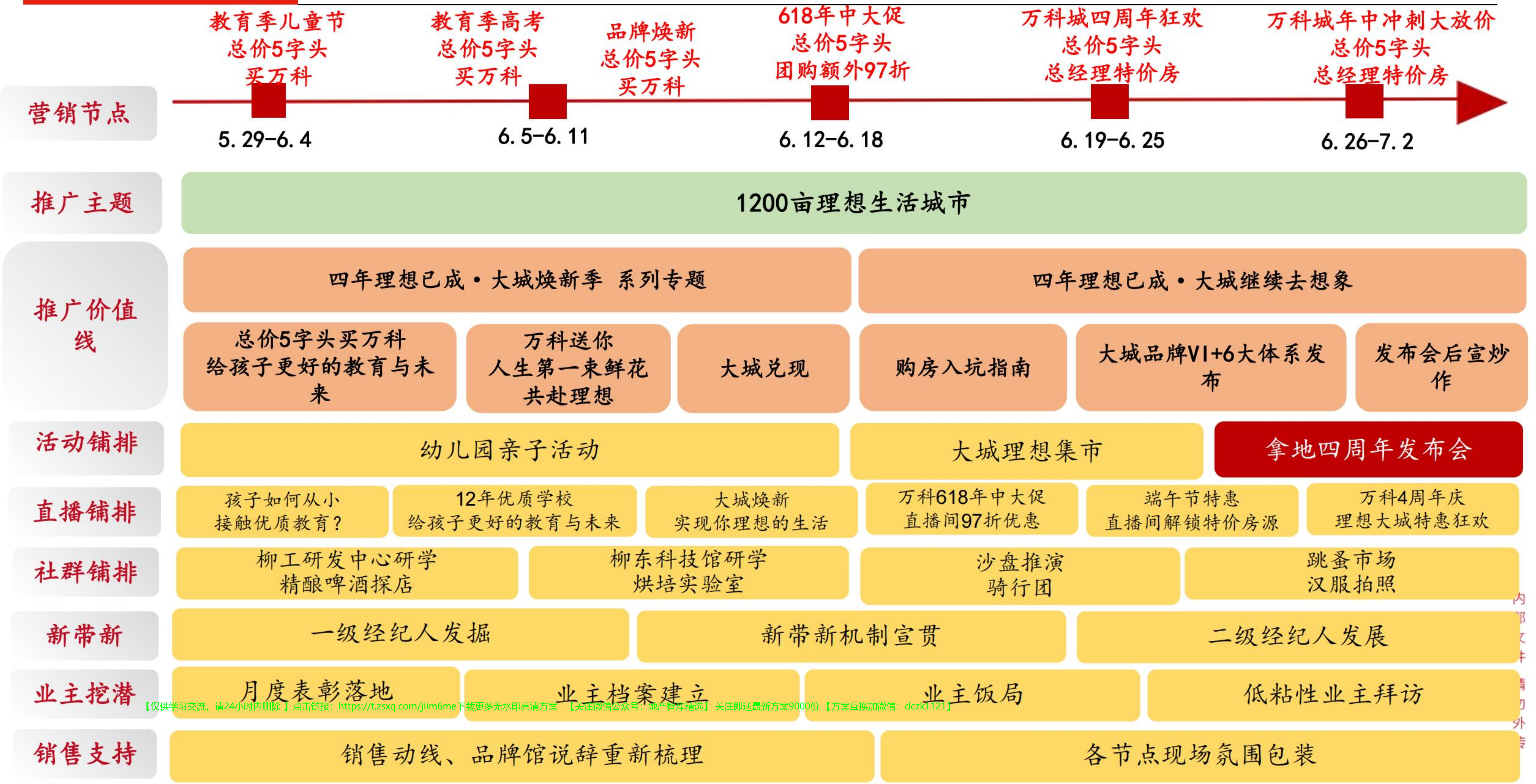
市场形象迭代

- 线上推广形象升级，基于前期成交客户深访，调整出街形象；
- 阵地包装焕新，外场广告贴合大城形象更新，内场明晰卖场界限，进一步去营销化；

老带新、新带新极致化

- 老带新推进长效事项，迭代老友集积分玩法；
- 新带新建立经纪人培育框架，填补链条延伸弹药；

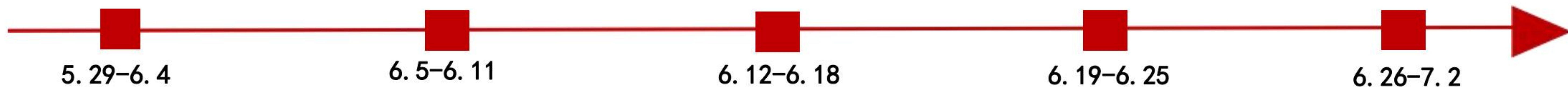
【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlm6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9990份 【方案互换加微信：dczk1121】



【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】

内部文件 请勿外传

推广主题：1200亩理想生活城市·焕新季



阶段节点	儿童节	高考	品牌馆开放	618年中大促	四周年发布会
阶段内容	四年理想已成·大城焕新季 系列专题			四年理想已成·大城继续去想象	

主题内容	主题内容	主题内容
1、给孩子更好的教育与未来； 2、万科送你人生第一束鲜花共赴理想（高考活动）； 3、解锁新大城，学府、生态、繁华； 4、理想大城完成度-进度条（视频）； 5、4年理想的脚步，回顾万科城兑现的脚步；	1、购房入坑指南（视频）选好房太难了，被坑却很简单； 2、选好房难吗？6大价值代言人现身说法； 3、理想大城新VI前导视频； 4、大树下的发布会&业主烛光音乐晚宴（发布会）； 5、大城品牌VI+6大体系、浪花社、出去玩社群发布； 6、发布会直播，后宣视频；	

媒体矩阵	官媒	教育启蒙，从娃娃抓起		柳北焕新面貌，万科用四年做到了		柳州万科城，下一步还会做什么			
	官微	从一只猫的故事讲大城温暖焕新		从一位新手妈妈的心声讲大城教育焕新		从一位二次购房业主，讲述毛坯房的坑讲大城品质焕新			
	抖音	教育团购专场折扣		618年中大促，钜惠放量		四年回首，大城已成		理想大城，持续想象	
	小红书	柳州网红打卡地又上新，晾晒理想阶梯				测评万科城理想集市		万科城游玩地图探索	
	头条	618年中大促销，万科城又出新优惠				万科城四周年庆，总价5字头起			
	刷屏	新大城活力、品质、温暖 新旧对比海报		理想大城完成度-进度条		4年理想的脚步 回顾万科城兑现的脚步		大城继续去想象	
	大V	柳北新面貌你知道吗		大城焕新		购房入坑指南，泰酷辣		这是柳州独一份的发布会	

人物形象讲述细节

公众号专栏：以三种不同视角，表述大城前后变化带来的幸福度提升

猫咪形象专栏

因为一只猫，爱上一座城。
从一只猫的故事讲大城温暖焕新

5. 29-6. 4

妈妈形象专栏

谁不想给孩子更好的未来呢？
从一位新手妈妈的心声
讲大城教育焕新

6. 5-6. 11

二次购房者形象专栏

装修过一套房子后，她开始怀疑人生
从一位二次购房业主，讲述毛坯房的坑
讲大城品质焕新

6. 12-6. 18

长图/视频：以新旧对比形式直观展示万科城面貌，点题四年理想，大城已成



教育资源前后对比



城市面貌前后对比



居住环境前后对比

内部文件 请勿外传

发布会推进主轴

6.19-6.25

6.26-7.2

前宣预热视频

教你如何选坑房，趣味反讽角度落点
万科城居住品质高

理想大城新VI前导

展示项目新vi落地过程，对前期成交
业主进行深访，根据深访设计出两套
vi，最后由业主决定项目新vi



前宣视频-参考《如何快速变老》



筛选老中青三代各10名业主进行深访

发布会落地

草坪发布会&灯光音乐晚宴落地；
现场发布大城品牌VI+6大体系，浪花社、
出去玩社群体系发布；

发布会直播

现场全城推流直播，做精做巧
现场规模，做大线上声量



发布会做巧做精，直播推流做大声量



后宣持续炒作

烛光音乐片段剪辑视频推送；
大V热议柳州讨论度最高的发布会；



现场全程记录，后宣持续推送



官媒大v报道，持续推流

活动主题：四年理想已成·大城继续去想象

活动背景：628为拿地四周年节点，618年中大促回顾项目大城形象迭代后，借由拿地四周年传递项目大城未来更多畅想空间

活动时间：2023年6月28日19：00

邀约客群：业主及意向客户约80组

活动内容：1、现场乐队表演；
2、四周年项目焕新视频回顾，教你如何选房视频回顾；
3、项目全新视觉形象发布；
4、项目社群体系发布；

氛围包装：户外LED搭建、户外舞台搭建、氛围灯光装置搭建、观众席补光灯、克米特折叠椅、观众席烛光氛围灯、直播摄影机，现场帐篷搭建；

活动后宣：1、现场表演视频剪辑；
2、柳州晚报大V推文；

直播事项：1、活动公司专业直播设备支持；
2、两个直播角度调试确定；
3、线上推流造势。

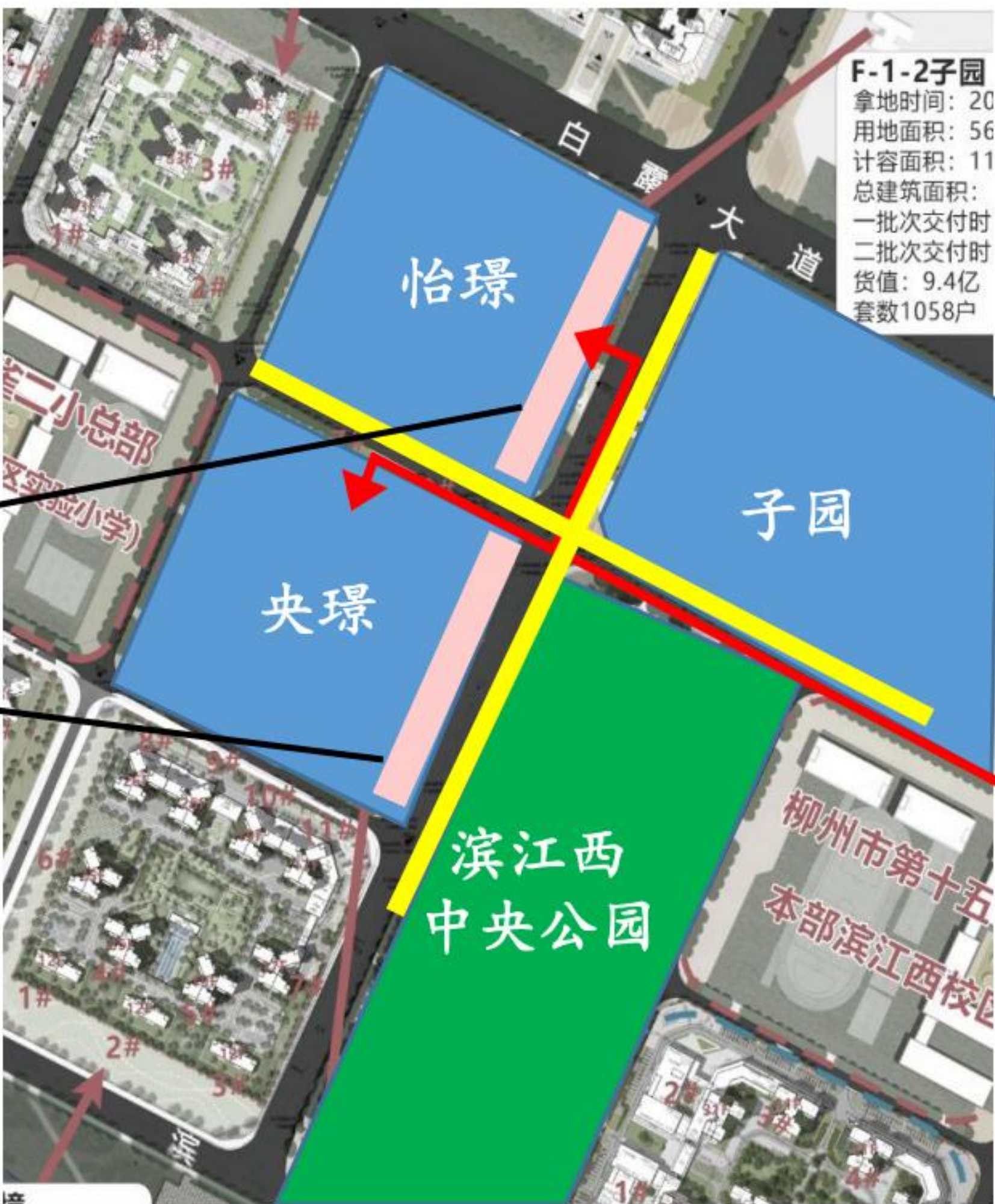


商业现状：

- 营业情况：子园底商均已营业，仅餐饮及超市客流较高，怡璟及央璟社区大门两侧部分商铺营业；
- 昭示情况：十字轴线均停满车辆，前期包装商铺均被遮挡实现，昭示性低。

焕新思路：

- 打开昭示面：禁止社会车辆在商业十字轴线上停车，引导止其他区域进行停放，打开昭示面；
- 包装焕新：拉通设计部及广告公司，进行交圈商铺调性，统一主题，突出店招及造型，配合行道树灯光，拉满商业轴线调性。



【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清图案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送方案9000份 方案替换加微信：dczk1121

外场：

- 做好内容规划：梳理客户动线及地块情况，贴合实际做好内容规划；
- 统一大城调性：内外围挡、道旗、灯旗统一调性



内场：

- 明确分区：以红色双向箭头为界，洽谈区左移，右侧规划为儿童游玩区
- 说辞重新梳理：根据销售动线及说辞，更新内场广告文案及画面



- 品牌馆重新开放，说辞重新调整
- 儿童区广告画面软化，做好文案留白，利用阶梯区规划浪花社社群活动





业主访谈

- 筛选多次推荐老带新业主，由置业顾问/策划联合物业管家，携带礼品上门拜访并与业主进行深访；
- 了解业主老带新推荐理由、对项目的建议，是否需要更多支持（如组建聚会机会，额外折扣福利等）为下阶段推广方向及活动优化提供方向；



月度表彰

- 除周度业主表彰外，增设月度金牌业主表彰，针对月度推荐到访最多的业主以及推荐成交最多的业主进行证书及奖品颁发；
- 选取月初第一周周末，激励业主的同时，为现场制造氛围。



团购打通

- 针对企事业单位业主关键人，设置团购专属折扣97折与协议签订奖励，每签订一份协议并到访现场可得2分，成交可得3分，积分可进行专属奖励兑换；
- 2积分电烤箱一台、5积分500元小家电、10积分千元小家电、15积分一年物业费。

时间	5. 29-6. 11	6. 12-6. 18	6. 19-6. 30
内容安排	1.业主名单筛选，上门拜访预约； 2.业主表彰大会	1.企业业主筛选，团购动作铺开； 2.618团购包装；	1.四周年庆典活动邀约； 2.周年直播狂欢购房节

【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】



高粘性业主找回

计划铺排：联合客关针对已入住业主进行问卷调研及业主档案建立，根据业主档案推进社团建立及健康运营。

监控收口：联合客关部一同开展行动。



低黏性业主拜访

计划铺排：目前未拜访的低黏性业主约900户，6月拜访目标300户，分解至每周75户，由销经进行每周拜访安排；

监控收口：强化细节把控（拜访物料、拜访口径，当月活动预告），拜访结束当天及时填写台账，便于业主监控。



业主关键人饭局

计划铺排：6月针对柳北柳南厂企、事业单位业主关键人进行饭局邀约，每周4组饭局任务，逐步渗透企业；

监控收口：增强业主尊崇感（现场包装、致辞环节、颁奖等），饭局结束后顾问将总结及照片反馈发送群内。

“一张脸”计划

- 业主纽带打通：**通过置业顾问筛选自身跟进业主、楼栋管家对已入住业主的100%分级（ABCD），筛选出C类（无置业顾问无联系）的业主，重新分配置业顾问对接，每周回访抽查满意度。
- 低粘性业主找回：**针对筛选出的业主，制定置业顾问、楼栋管家拜访计划，上门、点对点拜访，并且下发考核任务，形成表格每日检视拜访情况，并对此进行分析。挖掘有活动、饭局需求的业主，开展相应动作，长效维系业主。
- 业主档案建立：**楼栋管家业主档案模板补充新维度，上门、点对点拜访时置业顾问及楼栋管家携带工具包，每周复盘拜访数据，及时更新业主档案，通过筛选出业主爱好及特长，建立业主标签，为后续社群组建积攒社员基数。

柳州万科城2023年“一张脸”工作清单			
类别		关键任务	收口时间
纽带打通前置	业主检视	销售家后台导出置业顾问对接业主数据。	2023/6/3
		针对置业顾问对接数据，分为两个名单，给到对应的销售经理，根据这个名单盘点置业顾问，业主分类A（有对接有联系）、B（有对接少联系）、C（无对接无联系）、D（有客诉）四类业主。	
		前置管家，针对未交付地块业主维系情况100%进行业主分级，筛选出C、D类的客户。	
		楼栋管家根据已入住业主100%分级ABCD四类。	
		将销售经理、前置管家、楼栋管家梳理出的业主数据进行交叉匹配汇总合并，筛选有对接少联系、无对接无联系业主清单。	2023/6/3
	业主分配	筛选出C类业主，重新分配置业顾问。	2023/6/4
常态维系	策划每周拟2条电话口径，置业顾问与业主打电话说明日常活动、老带新对接可以找自己。	2023/6/30	
	前置管家每周抽选10位业主进行满意度回访。	2023/6/30	
低粘性业主找回	计划制定	名单筛选：针对已入住、成交未入住，并且剔除已拜访的业主清单进行筛选。	2023/6/5
	上门拜访	置业顾问每周每人6组，携工具包上门拜访，拜访当日需发送水印照片及拜访总结至大群及前置管家，楼栋管家需收集拜访信息并录入。	2023/6/30
	管家回访	数据晾晒：拉前置管家进入大群，每一三五晾晒当周的业主拜访情况。	2023/6/30
		业主回访：楼栋管家从已拜访的低粘性业主清单中每周抽取10个业主，针对于礼品维系、老带新政策、项目最新信息、周末活动邀约、问卷填写、置业顾问服务满意度等维度进行回访。	2023/6/30
	长效维系挖掘	微信群运营：销售及策划将有活动、饭局、下午茶等需求的业主组建微信群，策划每周编辑好不少于3篇问候口径、老带新政策、活动政策等，发送到群里。	2023/6/30
		社群活动：根据全月铺排活动，每周至少1场活动，预留名额邀约业主参与活动，并推荐主理人运营社群。	2023/6/30
		业主饭局/下午茶：挖掘潜力业主，每周组织至少2场饭局或下午茶，并且组建微信群运营。	2023/6/30
	效果评估优化	通过每周日管家、客关、销售团队、策划数据复盘会议，总结环节执行过程中出现的问题，及时修正及拉通。	2023/6/30
		活动评估：管家每周及时监控业主参与的活动、饭局等，策划提供简报模板，管家填写发回到策划收集。	2023/6/30
	业主档案建立	档案模板建立	模板梳理：与前置管家、客关拉通会议，现有业主档案模板中添加新维度，形成完整业主画像。
问卷设置：根据业主档案模板欠缺的维度形成调查问卷。			2023/5/27
启动大会		前置管家、楼栋管家、客关负责人、销售团队、策划启动大会，确定执行问卷调查及业主档案建立动作。	2023/5/29
工具包准备（问卷二维码、礼品、老带新单页、一页纸）		礼品采购：预采购1000份礼品作为上门拜访及问卷抽奖奖品，预计20000元。	2023/6/4
		物料准备：提前准备问卷二维码、老带新单页、一页纸工具。	2023/6/5
敲门行动		业主拜访由物业牵头，客关和置业顾问进行协助。	2023/6/5
		线上有奖收集：与楼栋管家点对点发给业主，策划编辑短信口径及问卷链接，由管家发送给业主，全面覆盖入住及未入住业主，并引导进行线上抽奖活动。	2023/6/30
		成交现场收集：针对新成交业主，签认购书时，置业顾问引导业主至秘书处填写问卷。	2023/6/30
		电话回访问答：针对问卷疑问及未填写的业主，由管家回访引导填写。	2023/6/30
		楼栋管家每天登录问卷后台根据业主填写信息汇总至业主档案。	2023/6/30
数据分析归类	业主分析：每周日分析一次业主档案，通过分析筛选出兴趣爱好、特长、家庭结构、工作单位，建立业主标签细分。	2023/6/30	
	长效维系更新：前置管家邀约业主参与日常活动，发送问候，业主信息更新。	2023/6/30	
最终目标		30%老带新成交占比	

- 推荐来访享积分：老业主通过分享家推荐客户到访，享额外老友集积分。
- 推荐客户享额外折扣：老业主推荐客户到访，客户可享受额外99折购房折扣。
- 推荐成交额外福利：推荐成交的业主，额外赠送物业费。
- 推荐企业客户福利：推荐企业客户成交的老业主，享额外老友集积分。
- 老友集积分排行：每月根据老友集数据导出，筛选出老友集积分前20名业主，公示在售楼部，并且享有当月抽取家电权利。

奖励	推荐到访	推荐成交	推荐企业客户成交
老友集积分	100分	500分	800分
物业费	—	3个月	6个月
客户折扣	99折	—	—

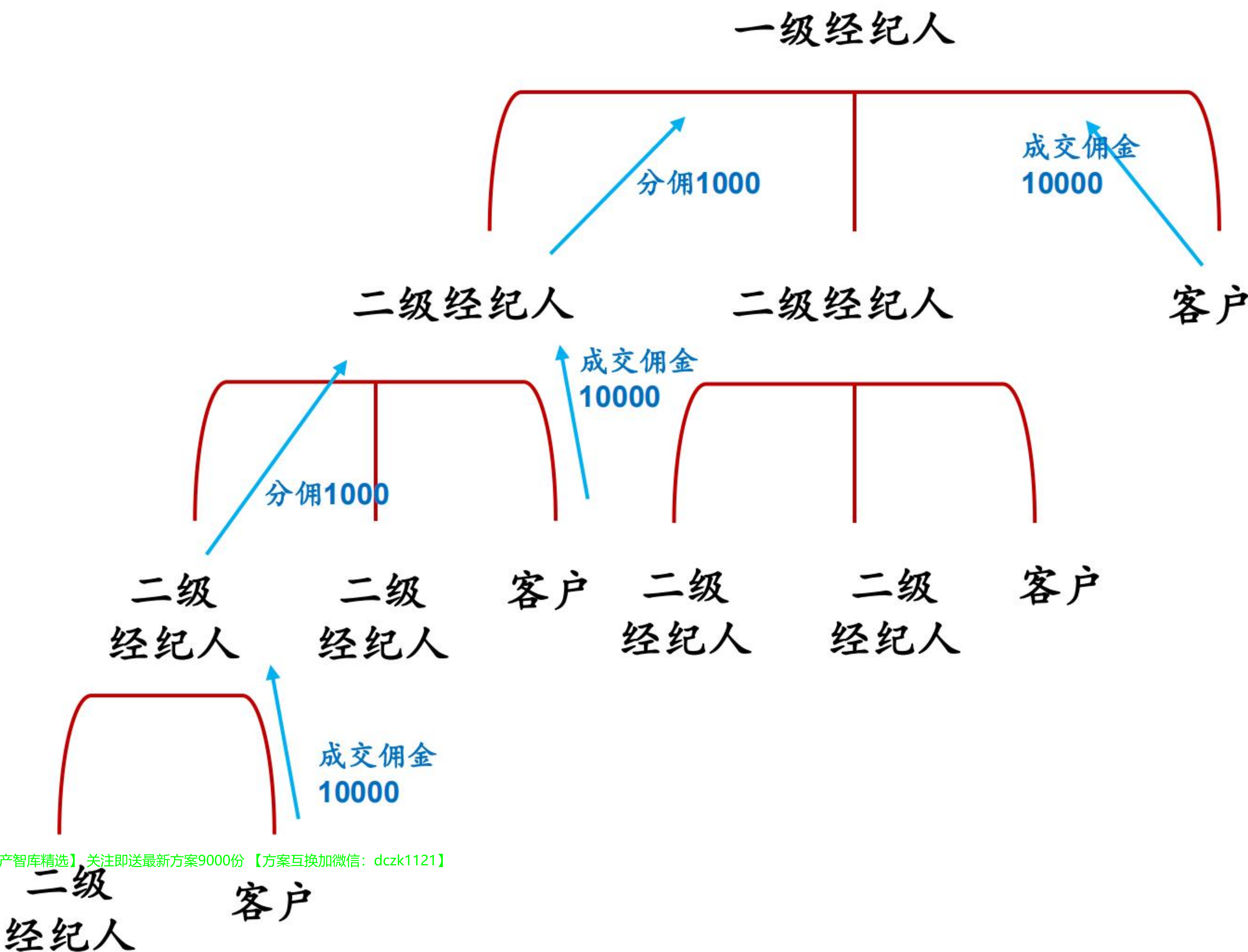
新带新计划

• 成交奖励机制

一级经纪人发展二级经纪人成交，一级经纪人享10000元佣金奖励，二级经纪人推荐成交，自身可获得额外10%（1000元）奖励。

• 一级经纪人

- 1、自渠团队与同行进行宣传；
- 2、专项活动发展：一级经纪人维系，颁奖团建，二是继续发展下线，第三是项目提供弹药支持，提供经纪人发展下线的道具、工具包，结合社群活动，筛选条件潜力、推荐成交较为优质经纪人。



01.

浪花社

定位：陪伴成长，共享美好时光

面向亲子业主，主要规划亲子主题活动，包含但不限于研学活动、户外游戏、手工DIY、亲子互动比赛等，每次活动需要一定的门槛老友集会员积分。



02.

出来玩社

定位：年轻就要，让生活好看

以年轻业主为对象，以兴趣圈层划分不同年轻人喜爱的活动，包含但不限于精酿品鉴、烘焙、骑行、登山、汉服、桌游、联谊等，每次活动需要一定的门槛老友集会员积分。



如何搭建

1. 前期由活动公司着手，通过业主邀约、根据业主档案筛选兴趣爱好特长邀约来进行邀约，搭建社群。
2. 在社群活动开始的第一个月，进行社群主理人招募，招募方式为问卷调查报名，如果合适候选人较多，则通过群内投票确定。
3. 后期通过业主资源持续导入社员，增强圈层影响力。业主导入会员制可增加老友集积分。

社群主理人选择标准

1. 浪花社前期选择标准：建立包含兴趣、爱好、特长在内的更完整业主档案，加强对业主的拜访和沟通，了解业主意向，作为选择标准。
2. 出来玩社前期选择标准：一张脸计划，通过在楼栋管家业主档案模板补充新维度，在上门、点对点拜访时，置业顾问及楼栋管家携带工具包。每周复盘拜访数据，及时更新业主档案，通过筛选出业主、爱好及特长，建立业主标签，为后续社群组建积攒社员基数。
3. 后期通用标准：通过活动邀约外面店家建立微信群，拉参与活动业主进群，后续举办类似活动，进行主理人筛选。

【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】

6月第一周

6月第二周

6月第三周

6月第四周

活动主题

浪花社：柳工研发中心
研学

出来玩社：烘焙实验室

浪花社：柳东科技馆研
学

出来玩社：玩美汉服游
园会

活动内容

组织亲子家庭进入柳工研发中心参观、体验，根据客户关系部安排的具体活动执行。

在下沉广场选一家店铺，作为“出来玩烘焙实验室”的定点活动场所。烘焙爱好者报名参加，学习并现场制作。

组织亲子家庭去柳东科技馆研学，根据客户关系部安排的具体活动执行。

招募汉服爱好者，进行汉服游园活动，参与者可挑选自己喜欢的汉服，一同游园，玩小游戏。



【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清图案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】



直播种子孵化

- 通过前期直播效果，筛选出直播主力军，开通个人抖音子账号进行直播；
- 直播时间：每天直播2小时，每周直播6天；根据个人直播情况进行投流；
- 人员配置：蓝晓红、万桂力、石宝兰、李慧、曾艺、莫润洁；
- 任务分配：每人每天至少2组留资，6月每人成交1组抖音客户。



主账号获客

- 筛选出3位主播用“广西万科”抖音号进行直播深度获客；
- 直播时间：每天12:30-14:30，19:00-23:00时间段，每人直播2小时，每周直播6天，根据个人直播情况进行投流；
- 人员配置：黄静雯、刘永诚、梁珍
- 任务分配：每人每天至少2组留资，6月每人成交1组抖音客户。



全员直播突破

- 其余置业顾问持续利用个人视频号进行直播引流，
- 直播时间：每人每天直播2小时，每周直播6天；持续进行直播话术优化升级；
- 监控机制：周日铺排好每人每天直播时间，开播前置业顾问需提前规划好今日直播内容发送至大军团；每天晚会进行直播情况复盘。

直播主题铺排

时间节点	5. 29-6. 1-6. 4 儿童节	6. 5-6. 8 高考	6. 10- 6. 11	6. 12- 6. 18	6. 19-6. 25 端午节	6. 26-6. 28 拿地4周年
直播地点	童乐天地	小课堂/书吧	品牌馆	实体样板间/沙盘	公园样板间	滨江西中央公园
直播主题	孩子如何从小接触优质教育？	12年优质学校给孩子更好的教育与未来	大城焕新实现你理想的生活	万科618年中大促直播间97折优惠	端午节特惠直播间解锁特价房源	万科4周年庆理想大城特惠狂欢

内部文件
请勿外传

活动导流

开展活动。

优化事项：

- 1、摄影师拍摄：**项目聘用固定专业摄影师拍摄幼儿园亲子互动现场照片，将照片筛选后提供给家长发布微信朋友圈，扩散宣传现场活动效果。
- 2、分享家植入：**活动现场设置分享家二维码，新用户注册可参与现场抽奖活动。



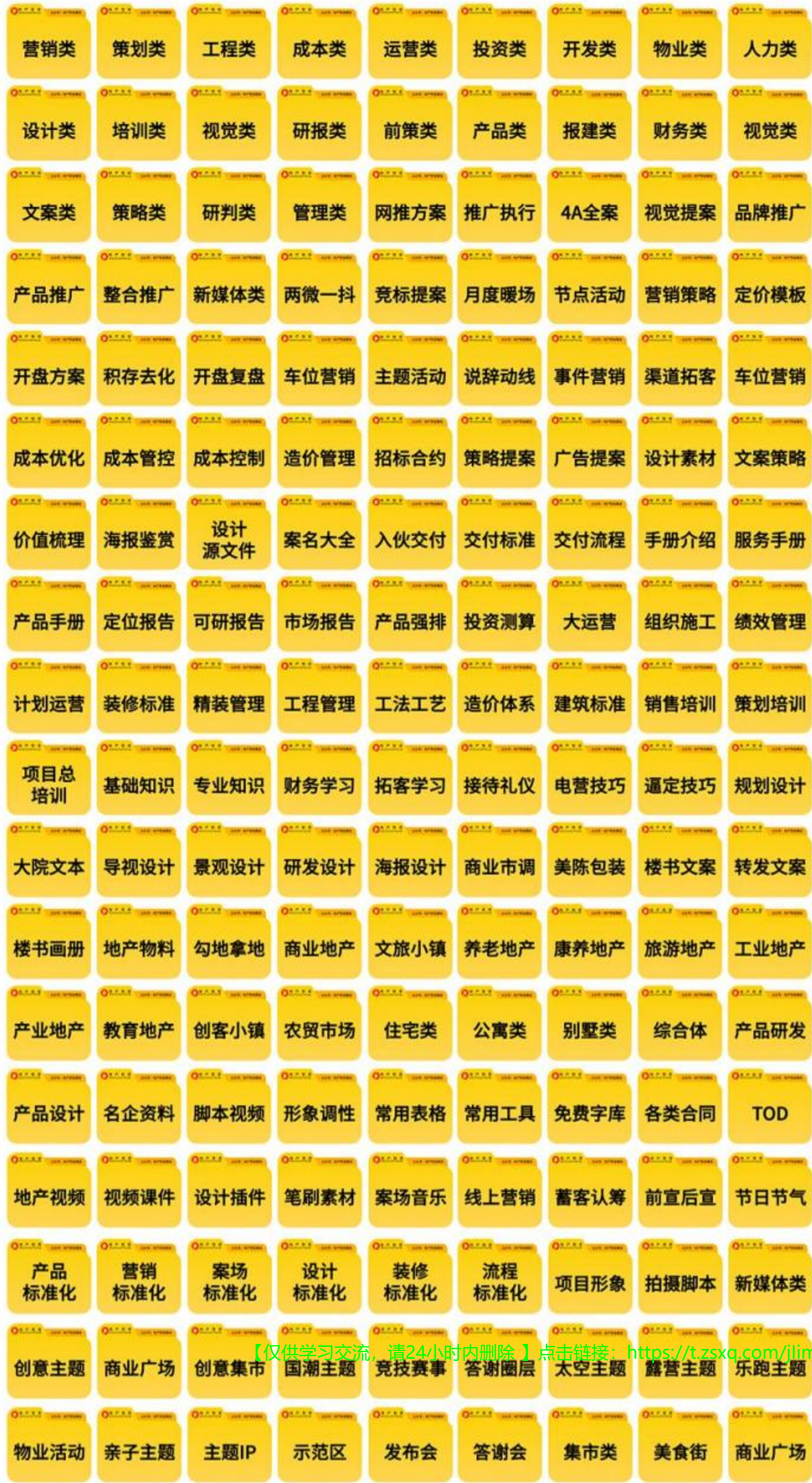
活动时间	6月10日	6月17日	6月18日	6月24日
活动内容	马厂幼儿园 亲子活动	新星幼儿园 亲子活动	父亲节亲子游 园会	红星幼儿园 亲子活动
预计来访	160人	150人	200人	100人



Thanks

更多方案关注公众号：地产智库精选 知识星球：地产智库 全站120W地产资料每天持续更新中 加入会员下载无水印版PPT方案—联系VX：dczk1121

公众号：地产智库精选 知识星球：地产智库



加入会员即送

常用资料+工具包合集

- 【1】 房地产工具大全6大类320份
- 【2】 房地产求职面试攻略+简历+准备工作大礼包722份
- 【3】 短视频27大类模板资料工具箱116份
- 【4】 地产直播脚本文案精选合集110份
- 【5】 投资测算表25套
- 【6】 运营必备表格模版10份
- 【7】 10大类别学习宝典
- 【8】 【风水】2022房地产风水学方案专题合集93份
- 【9】 房地产合同系列专题60份
- 【10】 成本核算+管控19份
- 【11】 2022房地产前期策划培训方案30份
- 【12】 售楼部音乐合集
- 【13】 【策划进阶】培训、理论、案例、工具411份
- 【14】 房地产全线条学习资料22份
- 【15】 房地产行业各部门常用表格汇总894份
- 【16】 【定价】定价培训学习资料160份
- 【17】 【销售培训合集】、接待、拓客、技巧、礼仪、话术545份
- 【18】 【销售学习】基础知识合集112份
- 【19】 【营销策划】管理岗必修课程282份
- 【20】 地产案场流程制度资料170份
- 【21】 主持稿+领导发扬303份
- 【22】 地产营销策划干货118份



那么多地产资料平台
为什么要选地产智库?

对比项	其他平台	地产智库
价格	拆分标价，单独售卖 让你花更多的钱	无需单独购买，精确分类，一站式更新!
更新周期	断断续续重复更新 一年更新几百几千个案子，资料库不过几万份资料	稳定更新平均每天更新超500份精品方案，数据库超103W+资料
来源	80%搬运我们的方案	多渠道整理/人脉置换/行业搜集
新鲜度	更新不及时 迭代资料为主，依旧充新	多渠道来源，确保及时更新最新方案
费用	开了会员还需要额外花钱购买方案，每天下载方案 限制在5-10份	无二次收费项目，所有方案无限制下载
内容	更新内容单，基本上以活动方案为主夹杂一些其他 行业资料	26大板块覆盖地产各大线条，满足地产人99%的学习参考需求。
权限	各种水印加密，生怕你能用	每份资料都经过人工审核资料，确保完整无水印
服务体系	买前（你是大爷）买后（他是你大爷） 随时断更跑路	5年积累，24H客服对接，拒绝跑路!

地产智库为什么坚持所有资料不做任何修改？不加任何水印？
资料有两种：一种是：无水印资料；一种是：垃圾资料
某些无良的公众号和知识星球，把老资料时间改成新时间，把原文件转换成PDF，每页都加上水印，更过分的是把PPT转成JPG再转成PDF的那种无法编辑格式每页布满水印!下载后影响阅读且无法编辑，最后只能删除，恶心吗？是真的恶心!!!



知识星球：地产智库

营销 | 策划 | 培训 | 产品 | 设计 | 报建 | 前策 | 开发
研判 | 成本 | 推广 | 物业 | 运营 | 工程 | 人力 | 研报

方案做不好？ 求人找资料？ 策划没思路？ 群里没人回？ 活动没创意？ 百度搜不到？
营销没效果？ 跟不上热点？ 文案不抓人？ 不知怎么写？ 推广没爆点？ 加班变通宵？
来地产智库看看！28大板块，128线条资料应有尽有!

知识星球APP搜：地产智库