

浩德悠然居&安居客考核对赌方案

甲方：河南浩德龙瑞置业有限公司

乙方：瑞庭网络技术（上海）有限公司郑州分公司

一、合作背景

1，用户线上看房习惯的养成，用户在抵达售楼部之前都会在线上全面筛选，对比楼盘，位置，户型，优惠政策，活动等，最后触达案场，进行与顾问再次建立沟通落地成交，降低楼盘到访频次，更甚者线上直接锁客定房，线下签约；

2，2022 年全年线上 4.5w+ 的用户，市场成交 1.3w 套房产，客户咨询量远远超越购房用户，足以支撑整个市场的线上浏览和交易情况；

3，2023 年从 1 月---7 月每周平均 4000+ 组用户，市场交易量却不足 100 套/周，可以客观的判断出，线上客户开始持观望心态，在线上留存时间也逐渐加长

4，对于线上客户陆续增多，客户对于信息筛选和辨别力增强，线上直接转定成为考虑的首要任务，要敢于对线上客户进行邀约语音视频带看，敢于线上直接沟通成交；安居客与香榭雅园合作 3 月---7 月合作期间，线索数据量 2200 +，意向客户储备 210+，首期开盘 13 套成交；顾问需要改变来访才能成交的思维，避免主观判断，客户线上咨询获客能力已经提升，先线上后线下，安居客平台可以促进完成线上看房全链路流程。

二、合作目标

1.为打造线上浩德悠然居线上营销管理体系，推动项目线上自获客，促使安居客平台与用户和开发商之间起到桥梁搭建的作用，甲乙双方进行安居客网络推广合作，并签订《悠然居项目安居客网络推广合同》，双方同意按照本方案内容进行该合同费用的结算；



2.合作周期 5 个月，服务费金额 32w，目标成交 6 套

| 月份 | 线索数据 | 意向客户储备 | 套数 | 金额(万) |
|----|-------|--------|----|-------|
| 8 | 300+ | 20+ | / | / |
| 9 | 400+ | 30+ | 1 | 230 |
| 10 | 400+ | 30+ | 1 | 230 |
| 11 | 500+ | 50+ | 2 | 460 |
| 12 | 500+ | 40+ | 2 | 460 |
| 合计 | 2100+ | 170+ | 6 | 1380w |

注：以 230w/套预估确定上述成交金额，合作期内不低于 6 套及 1380 万签约额。

三，过程执行

策划---

- 1，盘点诊断楼盘详情页的呈现是否准确、完善丰富楼盘详情页，有助于增加用户粘性（楼盘基本面/可视化建设/内容建设）
- 2，通过了解楼盘目前的热度、用户及竞品情况，决定投放具体策略；（本盘分析/客户分析/竞品分析）
- 3，核查产品投放及优惠信息的释放是否有利于吸引客户；（产品输出/画面政策/优惠活动/特价房源）
- 4，分析楼盘的引流动作的效果性；（曝光引流/竞品植入及时调整）

销售（顾问）---

- 1，选人，需要尊重个人意愿，因人而异，有人适合线上有人适合线下



2, 选定人后周期内线上效率看板分析, 另每周顾问提需求进行安居客精准化培训, 以需求拉动培训; 群中进行日报白描精准反馈, 每周复盘顾问四率进行提升(微聊回复率, 微直拨拨打率, VR带看接通率, 电话接通率等)

3, 推动案场双向监控(置业顾问反馈+后台白描分析)分析出来是意识问题(资源重新分配)还是技巧问题(加强培训)

4, 定目标, 结果化导向思维, 要在三个月周期内达成成果

5, 给予顾问案场激励政策

四, 效果保障

1, 双方配合期间, 若初见线索下滑情况, 安居客启动竞品数据支持和广告画面增投”促进引流效果提升, 并与案场讨论政策输出, 结合市场环境, 执行相关销售政策, 增加引流曝光;

2, 《悠然居项目安居客网络推广合同》费用考核结算约定

①合作周期5个月, 2023年8月-2024年1月, 完成签约金额1380万, 按230万/套, 合作期至少需有6套成交, 并额外170组意向客户(意向客户由销售经理、置业顾问、安居客系统白描三方评定);

②第一阶段8-10月完成460万签约额, 合需2套成交, 并获取80组意向客户, 结算三个月的费用, 否则需乙方完成后再进行前期3个月合作费用结算。第一阶段完成后, 正常开始后续两个月合作。合作期共完成1380万签约额, 合6套成交以及累计获取170组意向客户后, 双方结算尾款。

五、本对赌方案内容为悠然居项目安居客网络推广合同的附件, 与该合同具有同等法律效力。

甲方:


2023.8.26

乙方:


2023.8.26

