

浩德控股集团

伊河湾样板间开放活动后评估报告

 汇报人：郭智鹏

 汇报部门：伊河湾营销团队

 汇报日期：2024年9月

目 录

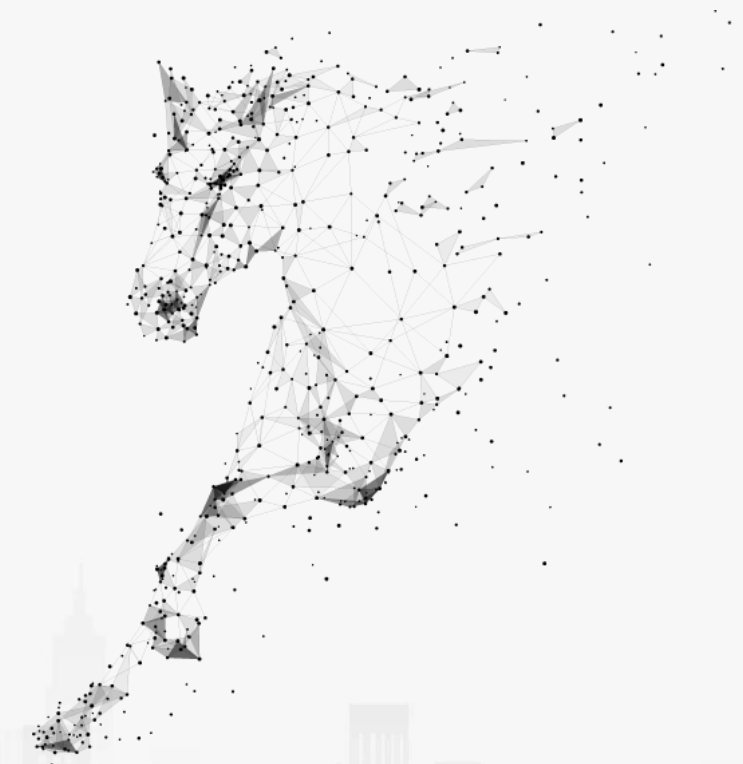
CONTENTS

01

活动综述

02

效果评估



活动主题：浩德伊河湾5#样板间开放活动

活动时间：2024年8月28日-9月3日

活动地点：伊河湾营销中心

活动内容：

8月28日-29日：邀请网红狗狗大罗莉化身置业顾问及现场拍摄宣传

8月30日-9月1日：周五至周日促进线下引流，通过现场摊煎饼吸引粉丝至现场；

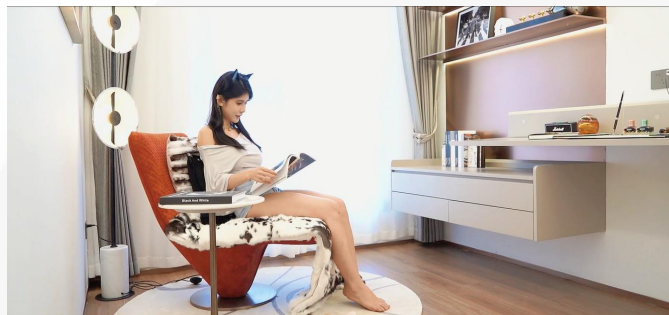
活动目的：

推广伊河湾项目信息，以及样板间开放信息，提升项目知名度，促进成交。

活动效果：

活动曝光**3000万**（未统计个人私域流量），现场参与活动

约**600组**，成交**3组**（活动自然访2套，分销带访1套）。



目 录

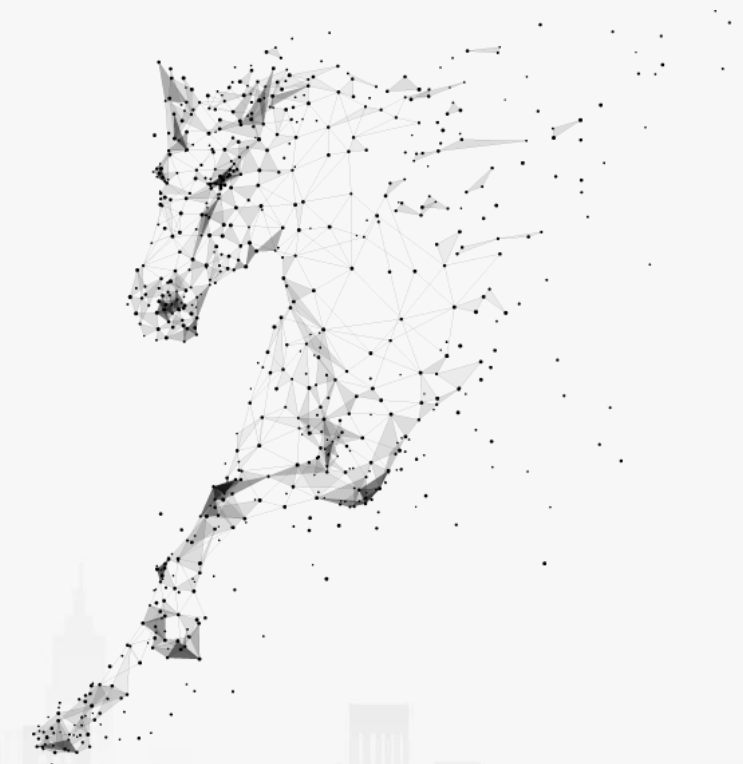
CONTENTS

01

活动综述

02

效果评估



伊河湾样板间开放活动效果

日期	成交	到访人数	推广曝光	包装费用	网红费用	媒体报道 (产生费用)
8月28日-9月10日	3组	登记约400组 (未登记约200组)	3000万	1.32万	3.5万	2篇 (2.2万) 河洛楼市、东周楼市

项目视频号视频数据统计 (7.6万)



时间	播放	推荐	喜欢	评论	分享	关注
2024/9/10	36	0	0	0	0	0
2024/9/9	81	0	2	0	1	0
2024/9/8	97	0	0	0	0	0
2024/9/7	159	0	0	0	0	0
2024/9/6	161	0	0	0	1	0
2024/9/5	145	0	1	0	0	0
2024/9/4	207	0	3	1	1	2
2024/9/3	409	0	0	0	7	0
2024/9/2	4994	5	32	0	40	100
2024/9/1	6767	72	179	82	445	120
2024/8/31	8595	93	227	106	585	134
2024/8/30	16518	52	162	59	351	169
2024/8/29	9997	39	94	33	194	48
2024/8/28	12818	28	116	21	424	36
2024/8/27	15029	56	219	39	1010	11
2024/8/26	89	1	1	0	9	0
合计	76102	346	1036	341	3068	620

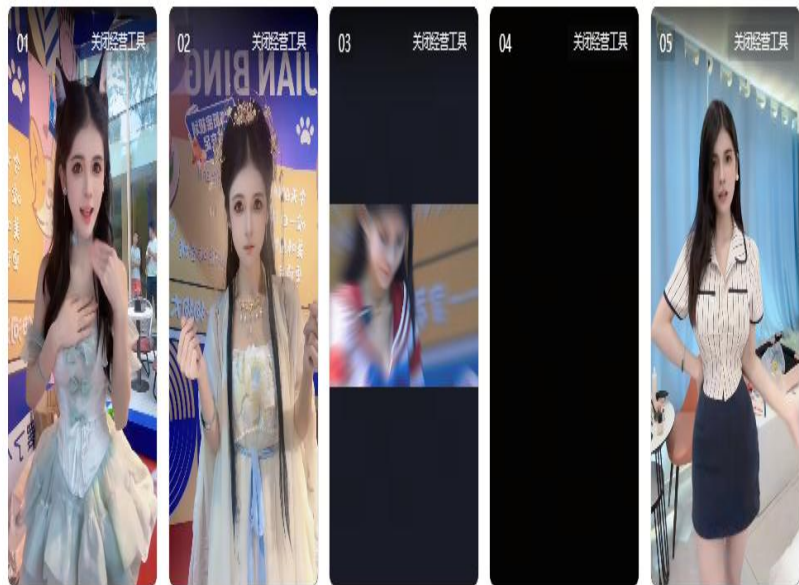
项目视频号直播数据统计 (7万)



直播开始时间	观看人数	观看次数	最高在线	平均观看时长	点赞次数	评论次数	分享次数	新增关注	总热度	送礼人数	送礼次数
2024年09月02日 18:12	22733	25500	155	28秒	2111	316	179	95	14	4	5
2024年09月01日 17:38	6228	7452	250	54秒	929	265	128	51	10	2	2
2024年08月31日 17:49	5181	6086	114	51秒	704	137	80	36	19	1	3
2024年08月31日 16:46	0	0	0	0秒	0	0	0	0	0	0	0
2024年08月30日 17:02	21733	26590	289	52秒	5455	1013	699	110	4	1	2
2024年08月29日 14:55	4779	5486	309	30秒	1002	140	95	13	0	0	0
2024年08月29日 14:37	1779	1975	134	16秒	13	33	14	2	0	0	0
2024年08月28日 15:51	5666	7124	258	44秒	822	113	204	20	0	0	0
2024年08月28日 10:06	2198	3030	83	40秒	166	26	68	4	0	0	0
合计	70297				11202	2043	1467	331	47		

项目抖音短视频播放**350496**次，点赞685，评论153 (评论不包含删除200条)

抖音直播播放**369630**次，峰值最高1322人



前讲狗子在洛阳明日最后一天...	前讲狗子准时在伊河湾开摊啦...	狗头萝莉 前讲果子开业啦!...	前讲狗子准时在伊河湾开摊啦...	狗狗大罗彩现身伊河湾,化身...
发布时间: 2024.09.01 19:28	发布时间: 2024.09.01 11:45	发布时间: 2024.08.30 19:08	发布时间: 2024.08.29 21:44	发布时间: 2024.08.27 17:35
累计播放量: 5946	累计播放量: 5279	累计播放量: 1.3万	累计播放量: 5.2万	累计播放量: 6.7万
点赞数/点赞率: 44/0.74%	点赞数/点赞率: 50/0.947%	点赞数/点赞率: 84/0.657%	点赞数/点赞率: 282/0.546%	点赞数/点赞率: 754/1.12%
分享数/分享率: 7/0.118%	分享数/分享率: 9/0.17%	分享数/分享率: 27/0.211%	分享数/分享率: 33/0.0638%	分享数/分享率: 265/0.395%
评论数/评论率: 10/0.168%	评论数/评论率: 8/0.152%	评论数/评论率: 18/0.141%	评论数/评论率: 50/0.0967%	评论数/评论率: 154/0.229%

查看评论 投放DOU+ 查看评论 投放DOU+ 查看评论 投放DOU+ 查看评论 投放DOU+ 查看评论 投放DOU+

排行	账号信息	线索量	视频播放量	完播率	新增粉丝	点赞数	评论数
1	浩德伊河湾 抖音号: 91302295163	3	217033	7.4%	69	1263	247

排行	账号信息	线索量	视频播放量	完播率	新增粉丝	点赞数	评论数
1	伊河湾 抖音号: MY324324	0	73988	12.79%	30	315	26
2	浩德伊河湾1 抖音号: 702647329	0	25391	25.73%	0	57	39
3	李翠娟 抖音号: 223251706	0	12060	6.02%	2	184	35
4	浩德伊河湾-王婉宁 抖音号: 994499390	0	9889	13.33%	2	62	11

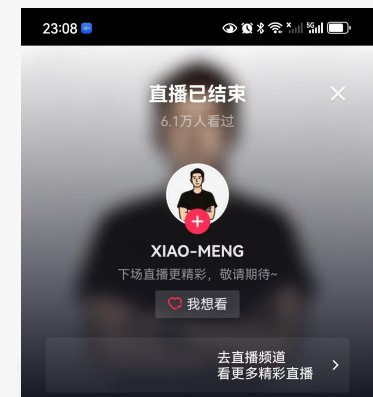
时间范围: 今日 昨日 近天 近30天 自然周 自然月 2024-08-26 ~ 2024-09-10

账号类型: 全部账号 当前账号 子账号 员工号

数据概览 卡片视图 表格视图 歌点视图

正在直播场次	直播场次	直播企业号	直播时长	直播最高观看人数
0	16	6	18时46分30秒	18,196
直播曝光人数	全场景线索人数	直播观看人数	关注人数	广告消耗
308,630	4	34,763	115	0元

直播场次	直播时长	直播最高观看人数	直播曝光人数	全场景线索人数	直播观看人数	关注人数	广告消耗
18,196	1:38	58	49	11	0	5	2
3,545	1:80	0	153	1	0	0	0



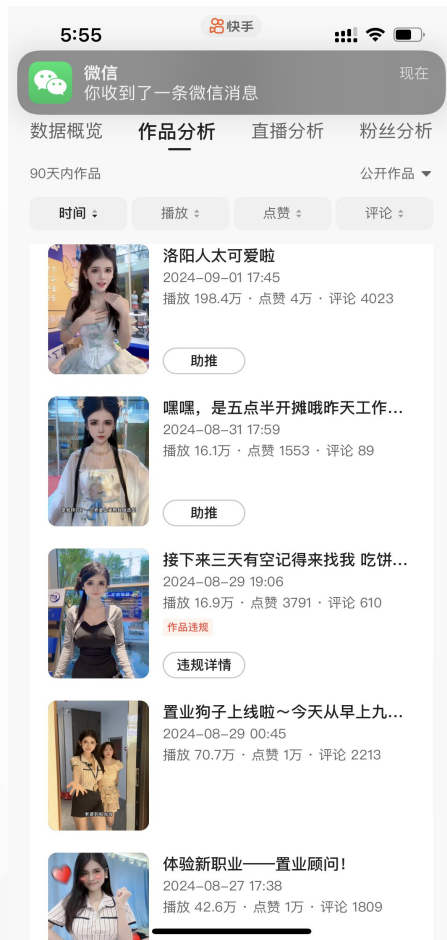
快手直播

145.2万次观看，评论233.29万



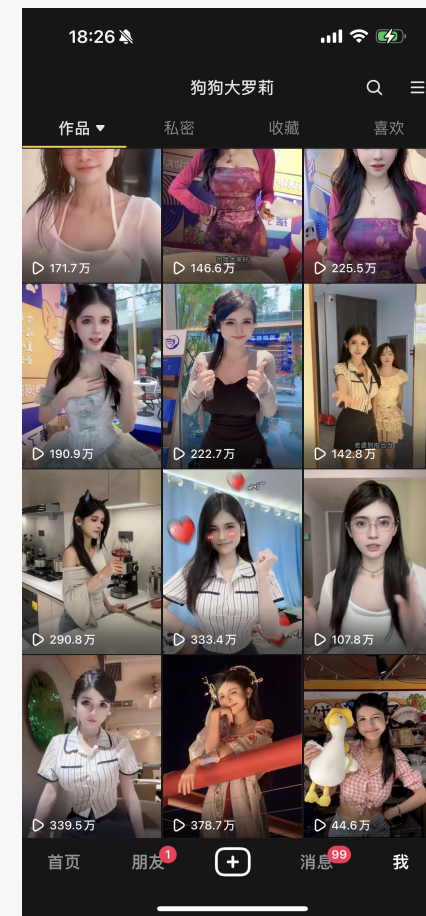
快手视频

播放561.9万次观看，点赞10.5万，评论1.3万

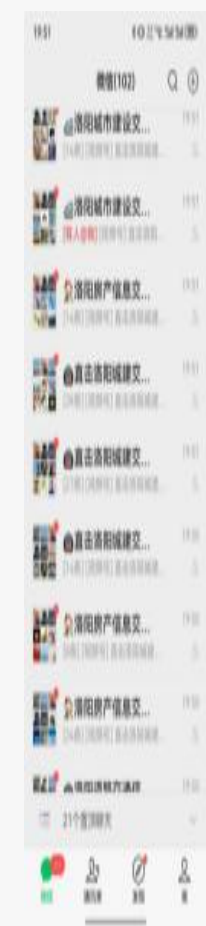
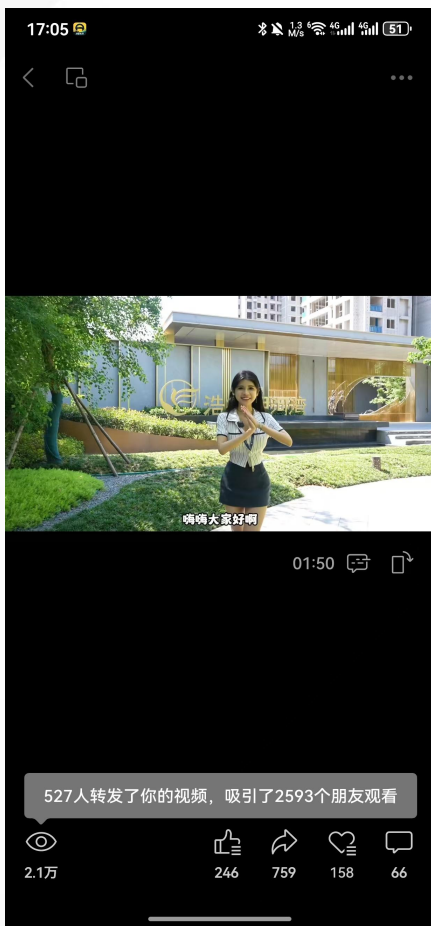
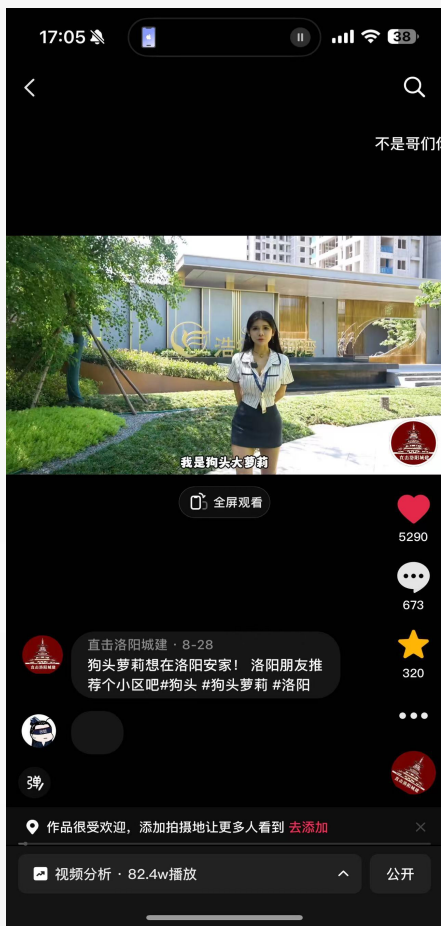


抖音视频

播放1832.2万次观看



2024年8月28日直击洛阳城建抖音（视频号）发布1条，播放量 **82.4W**；点赞5290；评论2200（控评删除了1600个）；转发**16580**；
 2024年8月28日直击洛阳城建抖音（视频号）发布1条，播放量**2.1W**；点赞246；收藏158；评论106（控评删除了40条）；转发**759**；
 赠送东都楼市社群(东都楼市粉丝群、直击洛阳城建粉丝群、杨杨想看大House粉丝群、)推广配合文章



河洛楼市总浏览量 **69.6** 万次

一、抖音房产大V “神都探房” 推广1条 (浏览量: 25.3万)



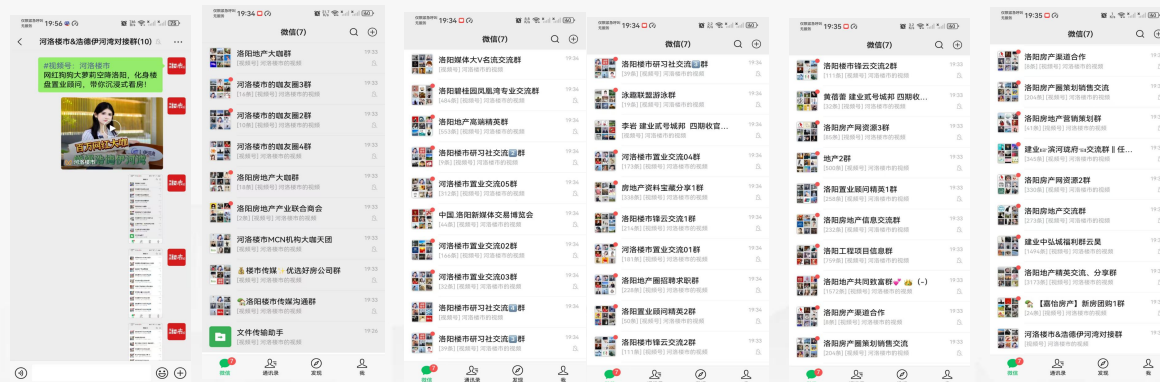
二、(赠送资源) 视频号“河洛楼市” 同步推广1条 (浏览量: 19.2万)



三、(赠送资源) 微博大V “河洛楼市” 同步推广1条 (观看量: 23.6万)



四、(赠送资源) 微信粉丝社群同步推广: 群发社群 50+, 覆盖人群1.5万+



剩余抖音定投投放量为**67**万次，点击**1.2**万次，点击量属于正常偏高状态，线上媒体广告本行业正常点击量在0.8%左右浮动，此次广告投放点击量为**1.71%**，点击量表现正常偏上，意向留电**15**组



概览 竞价推广 品牌推广 素材 数据 资产 工具 财务

浩德伊河湾 ID: 1782606774179843

账户报表

全部筛选 统计时间: 2024-09-01 ~ 2024-09-06 清空

趋势图 表格 展开自定义

维度: 已选择1个 指标: 已选择3个

时间/天	展示数	点击数	点击率
总计共5条记录	669544	11855	1.77%
2024-09-06	155988	2785	1.79%
2024-09-05	193043	3647	1.89%
2024-09-04	243095	3802	1.56%
2024-09-03	77418	1621	2.09%
2024-09-02	0	0	0.00%

本次活动推广费效千次曝光仅**2.3**元，对比市场价15元千次曝光，推广效果明显，洛阳城区老城、伊滨、瀍河等区域传播渗透广，线下触点老城区餐饮、洛龙区服务业人员等多个触点均因此次活动，知晓伊河湾项目。

本次活动到访约**600**组，意向客户17组，成交3组

活动费效比

活动费用	推广曝光	推广费效	到访人数	意向客户	成交
7.02万	3000万+	2.3元/千次	约600组	17组	3组

活动中存在的问题及解决措施:

序号	存在问题	解决措施
1	合作方被限制抖音直播出境，因项目直播间在线人数高，被抖音人工多人监控，项目抖音账号被封（小号审核为机器审核，把控一般）	寻找工会，沟通解决
2	活动前期案场注重现场流程把控，客户接待人员不足	项目组织智能部门负责流程把控，置业顾问专场接待
3	样板间路线包装受风力影响损坏，未能及时整改调整	定期对各个区域巡检，发现问题及时整改
4	设备电缆故障事故较多，前期未能及时预防	采购专用电缆，营造较好体验

后续类似活动提升建议：

1. 此次活动达到了曝光的目的，并获得了自然客户流量及成交突破，填补了本次活动的费用支出
2. 降本增效，精简费用支出，保障充足费用余额，对重要节点及目标冲刺进行保障
3. 各环节提前准备充分，对现场流程中的突发事件等进行快速处理
4. 持续保持案场巡场，对不足的地方及时沟通解决，保障现场较好体验
5. 人员不足及时反馈项目、区域、公司快速解决，以免造成客户资源浪费

汇报完毕，感谢聆听

共识 共创 共担 共享