

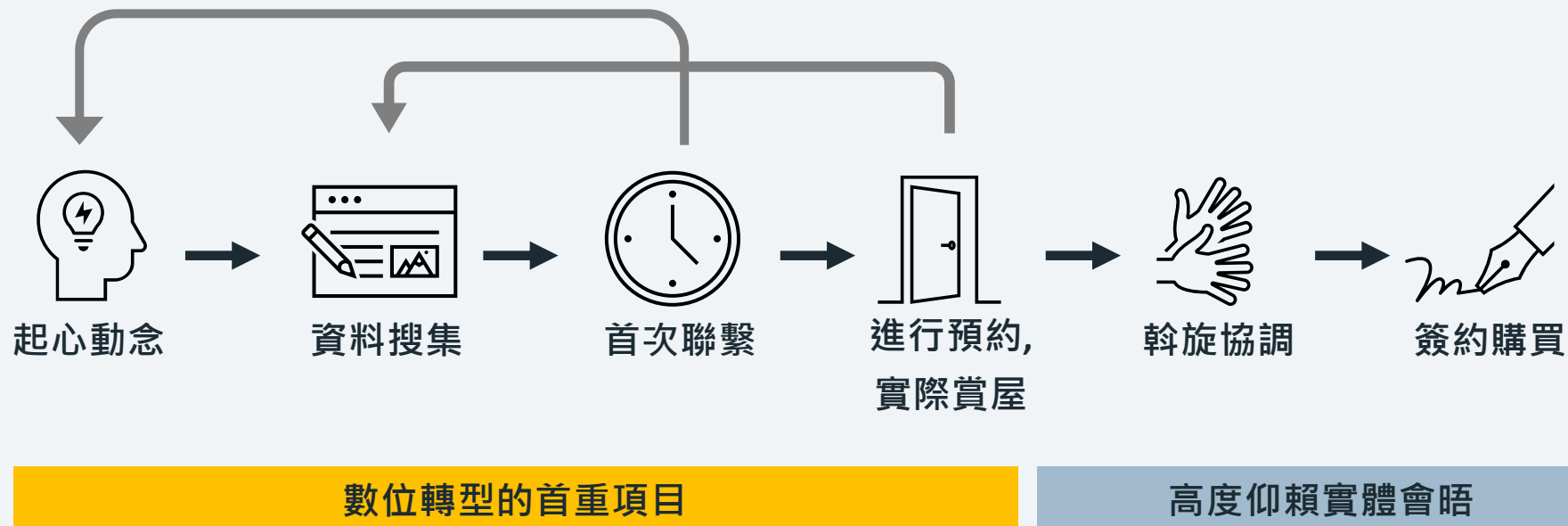


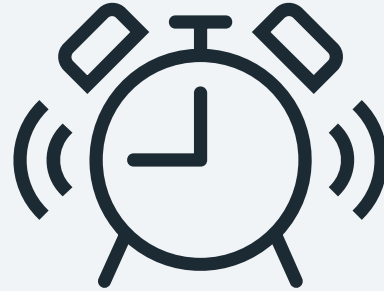
# 房地產數位轉型趨勢



Bell Hou  
Meta 大中華區客戶方案總監

# 購屋決策流程漫長與複雜，消費者的購屋歷程也日趨複雜





**10**

消費者決定購屋的  
平均歷程為 10 個月

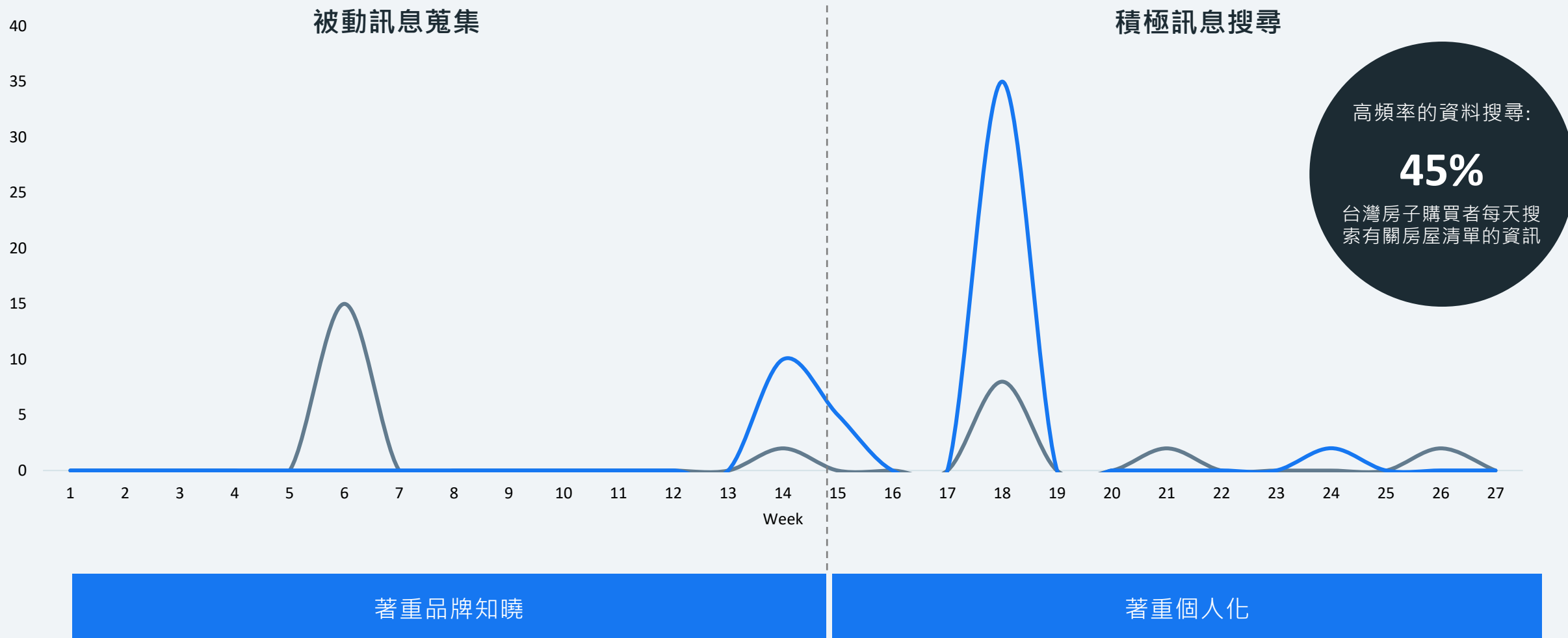
**56%**

消費者花費超過1個月  
的時間做出購屋決定

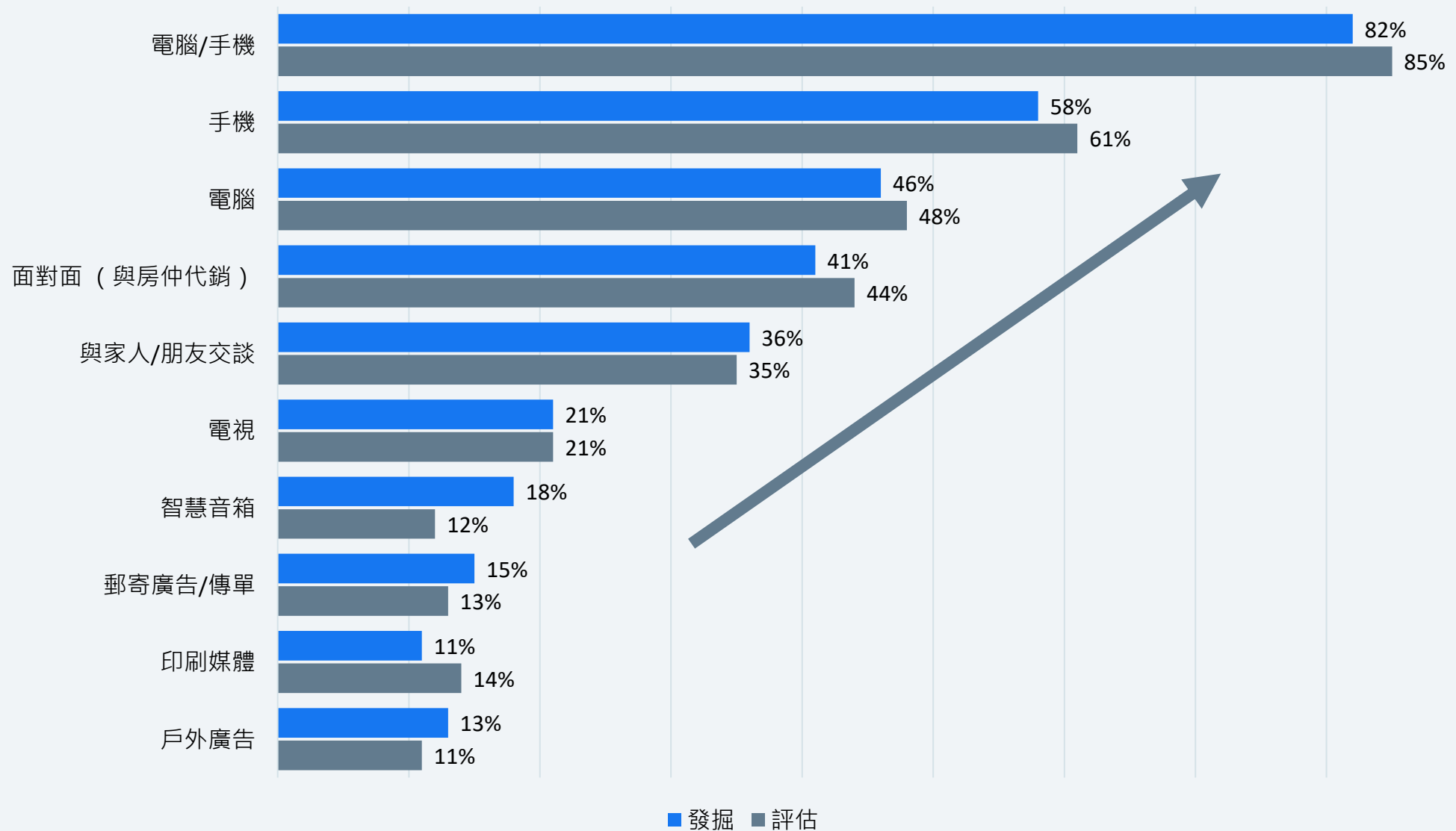
**25%**

購屋的平均時長  
過去兩年的成長幅度

# 資料搜尋的主要2個階段：「被動訊息瀏覽」與「積極訊息搜尋」

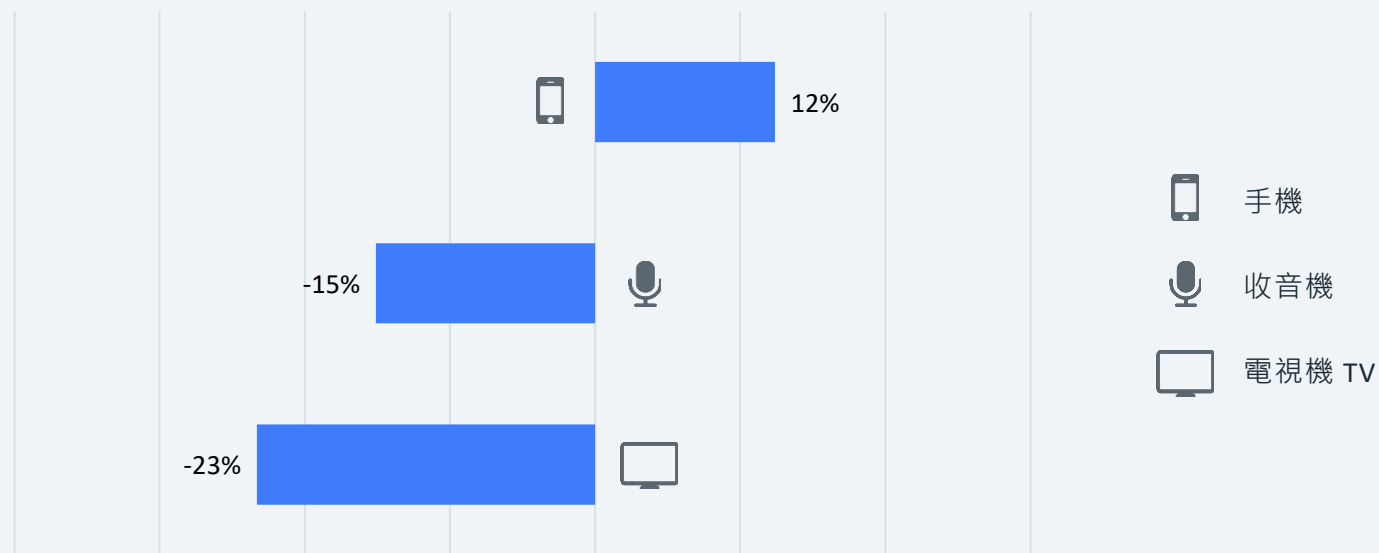


# 消費者透過不同方式蒐集房地產訊息



# 瀏覽手機時間持續增長： 增加數位渠道的溝通，更接近新世代的消費者閱覽習慣

房產購買者中 從2015 – 2020 每日平均媒體使用時間<sup>1</sup>：



**75.4%**

台灣房產購買者在搜尋  
過程使用了線上平台<sup>2</sup>

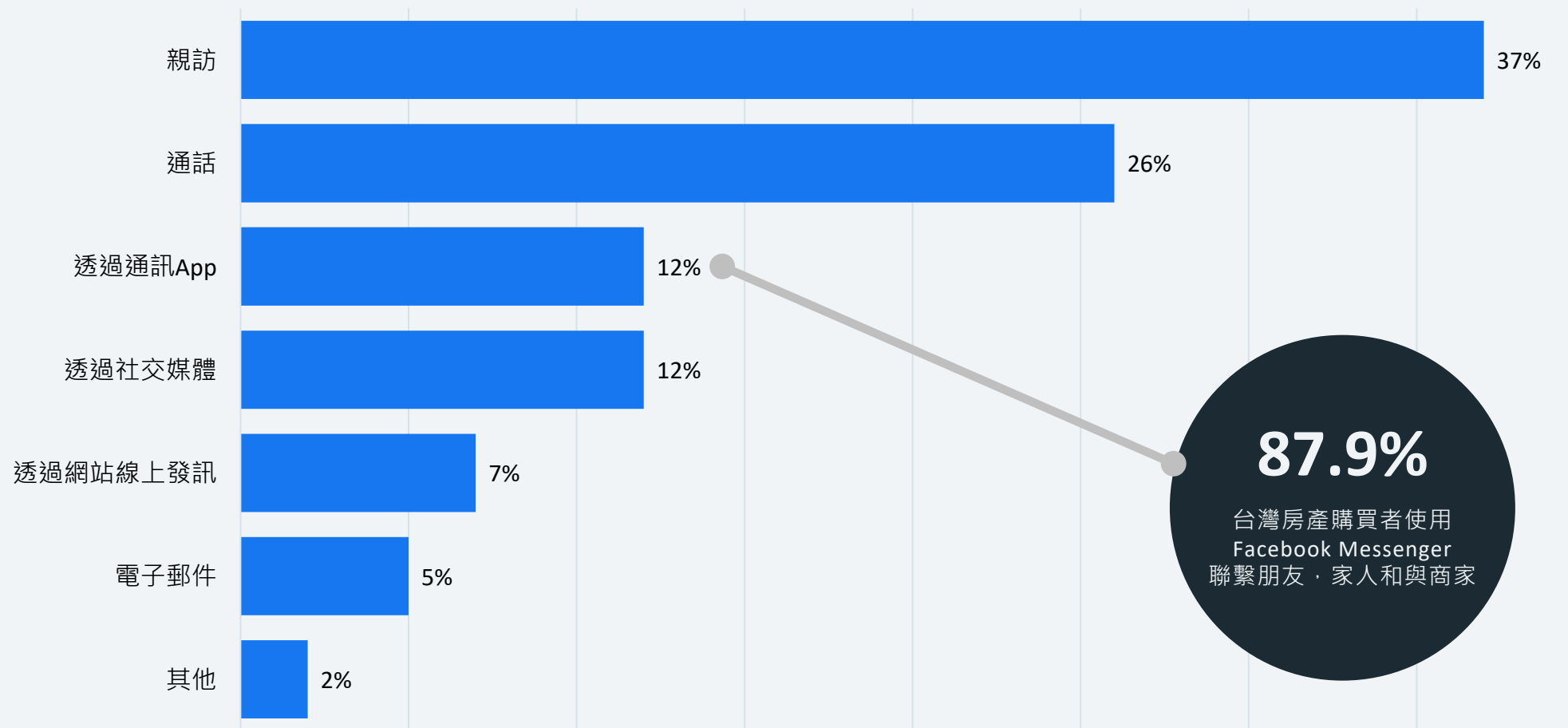
有備而來

96%

消費者在首次接觸仲介 / 代銷 / 新成案前  
均已透過數位渠道閱讀或搜尋案件資訊



# 在房地產產業中，消費者對於首次與建案聯繫的方式也呈現多元偏好







景氣下行，成交趨緩

**房子不好賣怎麼辦？**

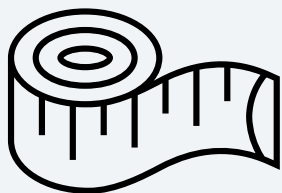


**42%**

2022年度房地產商  
數位廣告投遞於總行銷預算佔比均值

(總行銷預算包含製作費、代理商服務費)

# 為什麼數位渠道的投資與景氣逆行，甚至快速成長？



## 更好的衡量性

真實的名單轉換

vs.

無法追蹤的投資成效

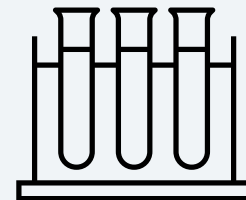


## 更大的觸及度

演算法廣泛但精準的投遞

vs.

區域受限的投遞



## 更佳的優化空間

測試、優化、再放大

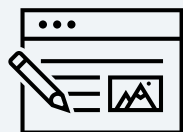
vs.

優化成本高且執行不易

# 購屋過程各個階段的數位解決方案



起心動念



資料搜集



首次聯繫



進行預約，  
實際賞屋



商業目標

提升消費者對品牌的  
知名度與好感度

增加消費者對  
品牌的信賴

使用對的方式抓住  
消費者眼珠

與消費者互動，  
提供客製化建議

解決方案

增加觸及  
增加溝通頻次  
長期溝通

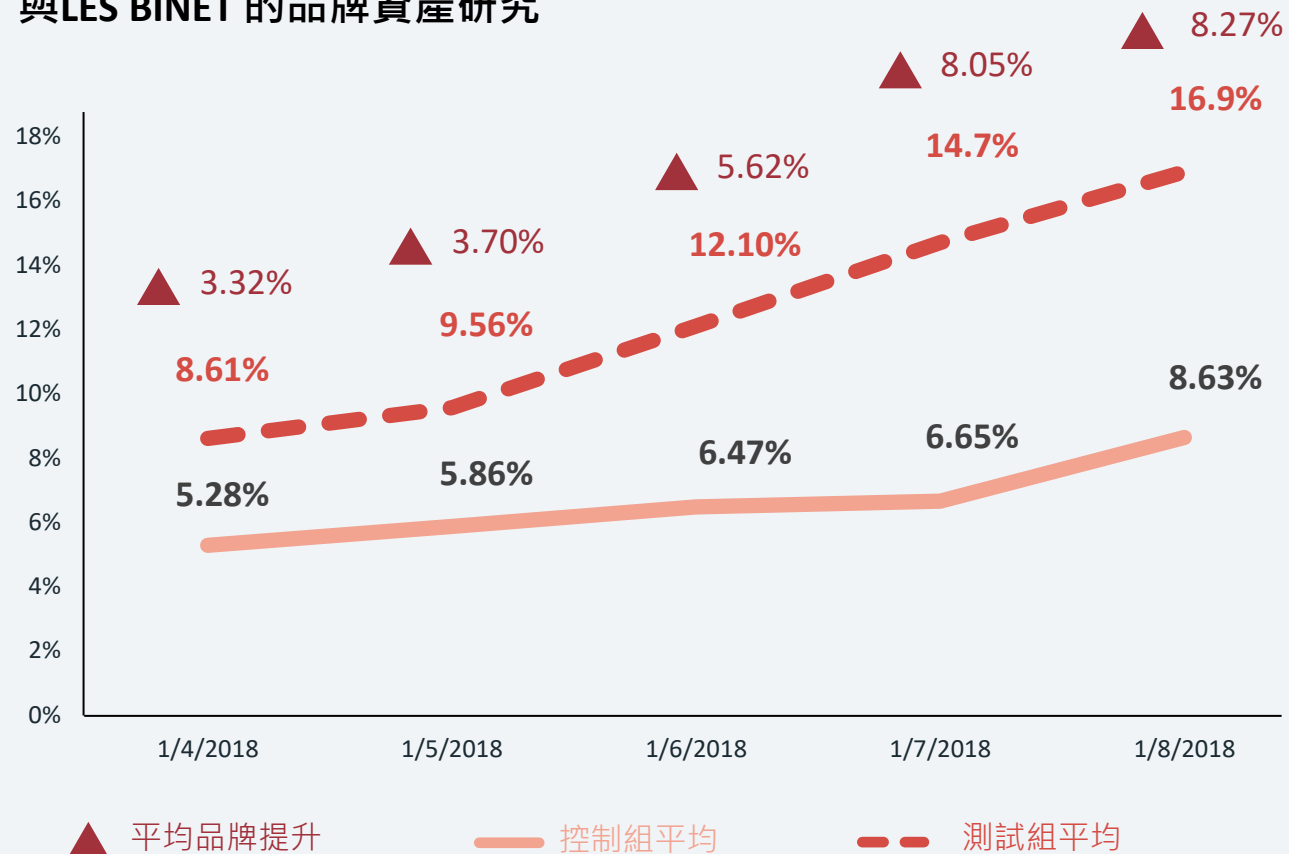
品牌提升調研  
全漏斗行銷

手機為優先的創意

動態消息  
訊息型名單廣告

品牌知名度，  
需要透過時間  
逐步累積

與LES BINET 的品牌資產研究



品牌知名度為什麼重要：

因為在房地產業，新成屋之於建商、中古屋之於仲介，消費者的決策過程裡，對於交易對象的好感度與熟悉度，

佔**56%**

是重要的關鍵指標

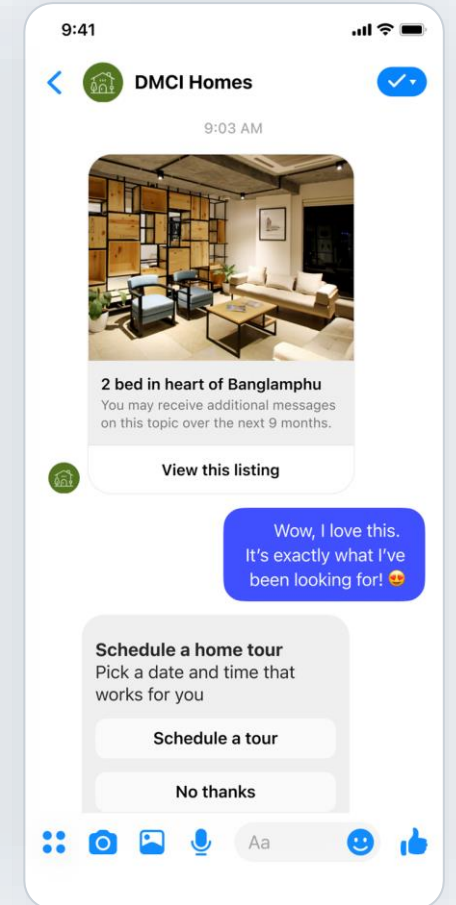
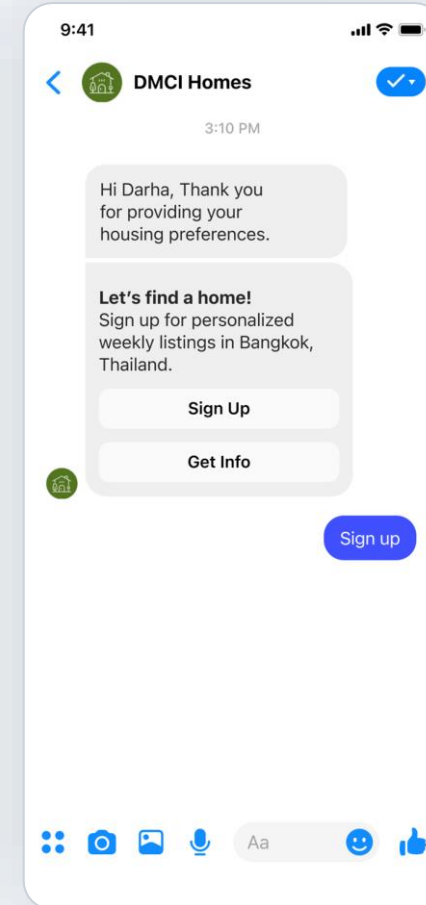
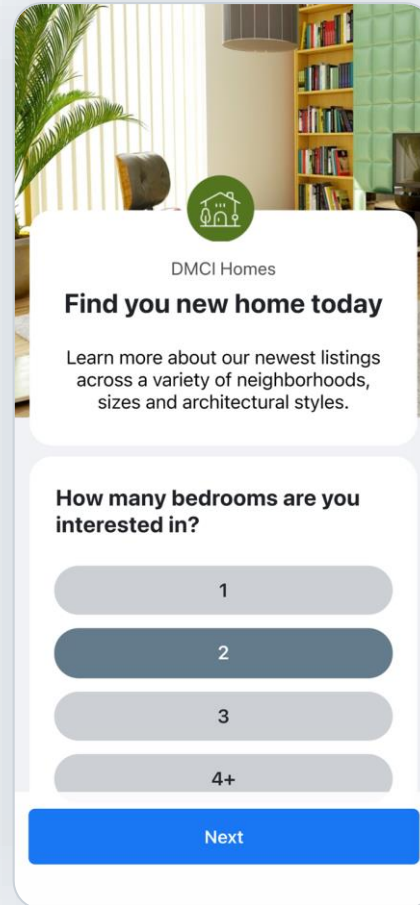
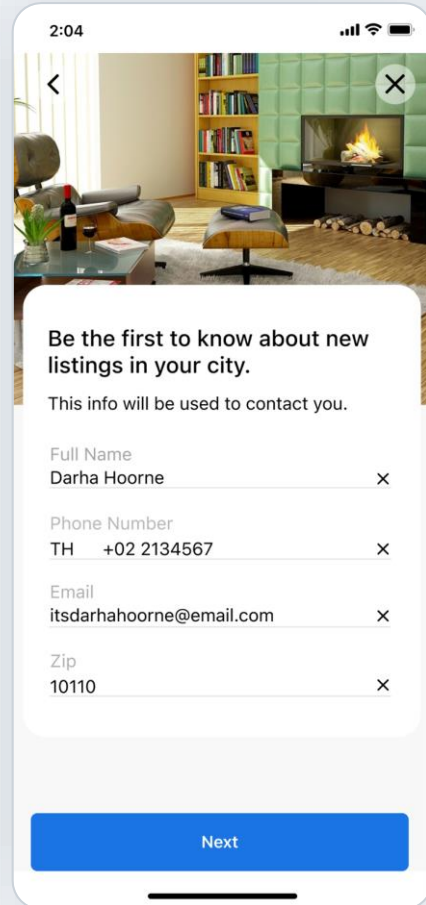
# 成效廣告同等重要： 訊息名單型廣告的模板案例

廣告的點擊按鍵  
(發送訊息)

自動帶入訊息 & 呈現預設問題 (增加名單有效性)

保持與消費者連結  
可定期發送後續廣告訊息

持續運用訊息與消費者保持聯繫  
完成購物旅程中的訊息搜集



# 訊息名單型廣告 為房地產業帶來的更佳成效

Taiwan



40%

lower cost per impression  
(CPM) for cell.  
降低每千人次曝光成本

17%

lower cost per search for cell.  
降低單次搜尋成本

Malaysia



3x

more leads generated.  
增加名單數量

Malaysia



6.5X

return on ad spend.  
提升廣告投資回饋

21%

leads qualified as high-quality  
for follow-up.  
增加名單有效性

Philippines



25%

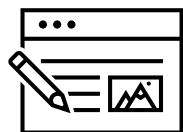
more qualified leads.  
增加名單數量



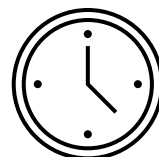
# 購屋過程各個階段的數位解決方案



起心動念



資料搜集



首次聯繫



進行預約，  
實際賞屋



商業目標

提升消費者對品牌的  
知名度與好感度

增加消費者對品牌的  
信賴

使用對的方式抓住  
消費者眼珠

與消費者互動，  
提供客製化建議

解決方案

增加觸及  
增加溝通頻次  
長期溝通

品牌提升調研  
全漏斗行銷

手機為優先的創意

動態消息  
訊息型名單廣告

# 運用全漏斗行銷提昇聲量，相較只運用成效廣告的投遞，更能提升品牌的長尾效益

帶動每個漏斗廣告活動的預期成果並持續優化不同漏斗間的協作關係，以極大化業務成果

- 增大 **兩倍** 的受眾觸及
- 降低整體網站瀏覽成本 **27%**
- 降低整體名單成本 **40%**



複雜的行銷流程，需要找更值得信賴的專業夥伴

 Meta

 樂居 LEJU