

玩转线上数字化 购房形式多元化

金科激发返乡置业新活力

以数字化为返乡置业“造血”

临近春节,“返乡置业”再度成为热门话题,引发广泛关注。据《2019-2020年返乡置业调查报告》显示,重庆在返乡置业热门城市中位列前茅。

在疫情防控的“大考”之下,面对返乡置业的市場热潮,房企究竟该如何抓住机会?金科的做法是寻求增长的创新力量,激发返乡置业的新活力。

日前,金科在数字化的加持下,引入直播看房、VR看房、线上一对一讲解、线上购房无理由换房、无接触配送团年宴抽奖、美好+线上抽奖等活动,为返乡置业输出更多温暖与实惠。



金科·博翠未来项目图

在新年交替之际,金科率先拉开返乡置业的大幕,带给买房人更温暖的买房体验,活动时间从1月10日至2月28日。

活动以“回家就买金科房”为核心主题,针对客户不同需求,以“回家故事话题聚焦”、“全民抽奖 线上导流”、“滴滴转访 线上定房”、“VR不停优惠返场”为四大动作,推出一票抵万金、年终奖可定房、春节消费金科买单、携程优惠券抽奖、线上无理由换房、VR线上看房、美好+直播、返程优惠券抽奖等一整套返乡置业暖心活动,通过一系列优惠、有趣又好玩的线上线下活动,实打实的给出真优惠,彰显出金科在本次活动中的十足诚意。

例如活动期间,购房者只要凭借手中的汽车票、火车票、机票等,就可参与票价膨胀数倍抵房价,最高可抵上万元金额的优惠。此外,购房者不仅能享受到金科多项目各种福利补贴,还能在美好+上参与各种福利抽奖,赢取超多好礼。

值得一提的是,数字化手段的运用,是金科返乡置业季系列活动的重要



金科·博翠宸章项目图

亮点之一,通过线上话题、线上抽奖、线上看房、线上直播等多个方式来吸引购房者,既实现了信息的多维触达,又结合线下项目的落地活动,打通线上线下的壁垒,让高品质的产品和优质的服务得以充分展示,同时致力将契合用户需求的产品打造成为真正的爆款产品。

这正是金科数字化转型的一个缩影。

事实上,面对复杂的楼市环境和全新挑战,往往只有行动敏捷、具有创新精神的企业才能在新赛道上快速领跑,金科即是其中一员。

以产品创新为永续动力

此次活动中,金科将携众多热销楼盘回馈全城,包括金科·南山、金科·博

翠未来、金科·博翠宸章、礼悦江山等品质人居楼盘。

在丰富的优惠活动及抽奖之外,金科此次推出的返乡置业季的核心吸引力,在于产品力本身的实力。

在产品力的营造方面,金科始终保持不断创新,并与时代发展相契合。

2018年,金科围绕构建美好生活,提出了“三系一核”的产品战略,依托多年对人居需求的研究,提出以“东方人居”为核心,构建出“琼华”、“博翠”、“集美”三大系列产品。

2019年,继实施“三系一核”产品战略后,金科又在原有的产品结构上,发布了“生命建筑”产品新内核,为金科的产品赋予“智慧体、有机体、基因体”三大属性。

2020年,金科于“生命建筑”理念下

再次蝶变和升级,正式上线金科“产品+计划”,以三大产品系的引领之作“博翠”系的升级,实现了“生命家”与“多场景”融合,同时在蔡家落地博翠系新品金科·博翠未来,实现了新时代人居新需求的又一次创新和探索。

正是对产品的执着和创新,让金科不断赢得购房者的口碑,也给重庆金科赢得了更广阔的市场空间。据克而瑞数据显示,2020年,金科大重庆流量销售金额达371亿元,连续多年蝉联大重庆销冠宝座。

与此同时,金科在产品力上的实力也得到了业界和市场的认可,2020年,在克而瑞发布的2020中国房地产企业产品力排名中,金科产品力较上一年提升了16位。

以服务赢得多方认可

如果说,好的产品是为建筑塑骨,那么好的服务,就是为生活添彩。当建筑品质这个硬实力足够有吸引力的时候,生活服务的软实力加持,同样至关重要。

在服务方面,金科服务多年来始终坚持深耕“邻里文化”,主张“敬老、爱妻、亲子、睦邻、惜己”。在社区服务上,金科全力打造的“邻里万家宴、邻里万人游、邻里艺术节、邻里亲情季、邻里运动季、邻里踏青季”六大万人邻里平台,在社区塑造温情的文化和生活方式,业主满意度已连续9年超过90%。

经过20余年发展,金科服务已进入全国150余座城市,服务1000多个项目。2020年,金科服务顺利登陆港交所,已成为港股第一高价物业股。

值得一提的是,金科服务在数字化发展方面已经硕果累累。

2020年,金科服务正式发布“服务+科技”“服务+生态”的发展战略,构建“空间服务、生活服务、科技服务”三大核心竞争能力,充分利用了“科技+数据+场景+服务”的综合优势,高效构建智能化、数据化、AI化的“数智场景新生态”,目前已在住宅社区等多个业态落地运用。

产品、服务、优惠,三大关键要素的叠加,其碰撞形成的化学反应,将作用于返乡置业购房市场,为其注入一股新的活力。

业内人士分析认为,近年来,重庆经济社会飞跃发展,就业机会持续增多、城市价值不断提升,为返乡置业培育了一定的市场空间。此次,金科大手笔推出返乡置业季,辅以多渠道、多形式的线上线下活动,从直播卖房、权益活动等多个方面发力,全面链接用户与品牌,对于购房者而言不失为一个好时机。

方媛 图片由重庆金科地产提供

Jinke 金科 | 重庆区域

回家就买金科房

真优惠 / 诚意价 / 更暖心

① 亿元返乡补贴

亿元返乡
置业补贴

② 一票抵万金

返乡交通票
抵万元房款

③ 年终奖买房

年终奖付首款
轻松首付

本广告宣传为邀约邀请,不构成交房标准,交房标准以商品房买卖合同、附件及补充协议为准(温馨提示:因各个项目配置不一致,最终以各项目实际配置标准为准)

2021年1月10日-2021年2月28日



扫码买
金科好房

广告