

The Influence of “Internet+” Era on Real Estate Brokerage Industry and Countermeasures

Xiaoli Zheng

Department of Modern Service and Management, Hangzhou Wanxiang Polytechnic, Hangzhou Zhejiang
Email: 375308893@qq.com

Received: Nov. 27th, 2019; accepted: Dec. 10th, 2019; published: Dec. 17th, 2019

Abstract

In response to the transformation of the real estate brokerage industry in the “Internet+” era, based on the analysis of the role and impact of APP applications on the real estate brokerage industry, response to the “Internet+” era of countermeasures is proposed from the aspects of government authorities, real estate brokerage industry associations, brokerage institutions and real estate agents.

Keywords

“Internet+”, Online Trading Platform, Application, Impact, Countermeasure

“互联网+”时代对房地产经纪行业的影响及对策分析

郑晓俐

杭州万向职业技术学院现代服务与管理系, 浙江 杭州
Email: 375308893@qq.com

收稿日期: 2019年11月27日; 录用日期: 2019年12月10日; 发布日期: 2019年12月17日

摘要

为应对“互联网+”时代对房地产经纪行业的转型推动, 本文在分析APP应用对房地产经纪行业的作用及

影响基础上,从政府主管部门、房地产经纪行业协会、经纪机构及房地产经纪人几方面出发提出应对“互联网+”时代的对策。

关键词

“互联网+”, 线上交易平台, 应用, 影响, 对策

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

O2O (Online to Off-Line)模式,即线上到线下,互联网作为线下交易的基础,把线下的商务机会与互联网结合在一起。线下实体店的服务通过互联网在线上吸引消费者;消费者也可以通过互联网在线上筛选商家并支付选中的商品或服务,最终在实体店进行线下消费[1]。

线下交易到 O2O 模式,是房地产经纪行业面对“互联网+”时代的及时反应,真实、快捷的信息发布能够降低二手房交易成本,但是平台发布的信息内容的完整性、现时性及平台沟通的通畅性关系到平台作用是否能够很好发挥,线上不是线下的补充,线下线上应平行工作并相互配合。目前杭州市中介行业协会登记在册会员单位共 66 家,笔者通过对比杭州房地产经纪市场占有率排名前三的我爱我家、链家和豪世华邦三家房地产经纪公司的 APP 应用,分析线上交易平台对房地产经纪行业的作用及影响。

2. 线上交易平台对房地产经纪行业的作用

2.1. 拓宽房源信息发布渠道

信息发布量及客户可及性是经纪人获取客户的关键,APP 应用前,经纪人每月需要付费在公司官网外的专业网站发布房源信息,被动等待客户联系,信息发布带来的有效客户量不高。O2O 模式下,APP 成为最有效的房源信息发布端口,卖家委托房源,经纪人第一件事情就是在 APP 上登记房源基本信息并对外发布。我爱我家、链家和豪世华邦三家房地产经纪公司的 APP 近两年建设逐渐完善,功能增加、房源真实、经纪人线上反应迅速,极大地提高了 APP 的普及度,成为信息发布首选端口。

2.2. 提高房源情况咨询便利度

APP 的应用改变了经纪人和客户沟通渠道,房源情况咨询从过去的电话或门店咨询变成了 APP 上直接沟通。我爱我家、链家和豪世华邦三家房地产经纪公司的 APP 上每个房源信息都对应专门经纪人,客户可以针对感兴趣房源询问房源对应经纪人,经纪人也可以通过观察房源访客情况主动联系客户。经纪人甚至可以通过观察客户访问 APP 的痕迹分析客户是买家还是卖家,还可以通过客户浏览房源情况对比分析购房需求,从而提高房源匹配成功率和带看成功率。

2.3. 更新看房方式

VR 看房是“互联网+”时代下应运而生的一项技术,改变了看房方式,也提高了带看成功率。调研的 3 家经纪公司 APP 中,除了华邦是视频看房外,链家和我爱我家均具备 VR 看房功能,其中链家 VR 看房有经纪人同步语音讲解和在线答疑,可以最大限度减少无效的房源带看。预约看房是 APP 相较于之

前网站端口新增功能，客户根据自身合适时间预约看房，所有看房经历在平台上形成看房记录，看房记录中可以显示已看房源状态，便于经纪人分析客户购房需求，也便于客户跟踪感兴趣房源状态。

3. 线上交易平台对房地产经纪行业的影响

APP 的使用给经纪行业带来了改变也提高了挑战，信息化方便了顾客，但对经纪人带来了更高的要求。

3.1. 工作模式变更

APP 出现前，经纪行业和互联网已有紧密合作，经纪公司利用官网或者专业网站发布房源信息，但网站是单向的，仅是房源发布端口，顾客搜索到感兴趣的房源通过电话联系经纪人，从线上走到线下，网站房源更多的是吸引客户走到门店的工具，所以出现了假房源。

APP 应用后，除了发布房源，VR 看房、初步沟通、预约看房、已看房源状态变更等都可以在手机端完成，假房源少了，门店不再是高质量访客的首选，电话不再是经纪人与客户的唯一沟通渠道，经纪人的工作模式从网站发布房源、电话联系客户和门店接待客户，变成 APP 发布房源和接待客户、房源看好门店洽谈。

3.2. 工作内容增加

互联网最大的特点就是信息流通速度快、信息可达性高，APP 的应用给客户带来便利的同时给经纪人带来了更多的工作内容。

APP 使用前，新房源在网站端口发布后，经纪人主要工作是通过大量电话或者门店访客找到合适的客户进行带看，带看记录是否需要填写各公司要求不一，客户对带看房源感兴趣后经纪人撮合直到交易成功。

APP 应用后，除了正常的线下接待、带看和撮合以外，经纪人增加了线上工作内容，在房源信息发布后要不断更新房源状态，例如房源带看情况；要时刻关注访客量，负责房源一旦有访客浏览要主动联系，并通过访客浏览痕迹分析访客需求，做好线上客户接待；若有客户留言要及时跟进，把潜在客户变成真实客户。

3.3. 工作质量要求提升

经纪行业的产品是服务，服务质量影响着行业地位，APP 使用前，经纪人的服务对象主要是客户，服务通过接待体现，而接待方式主要是电话和门店。

APP 使用后，特别是像贝壳找房这类面向全行业的 APP 应用后，经纪人的服务面除了客户以外，还有非同公司的同行，工作面变宽，从公司内部合作变成全行业合作；经纪人的接待方式除了电话和门店，更多的是线上接待，线上接待要求经纪人的服务具有更高的主动性、及时性和连贯性，因为互联网时代，反应速度是赢取客户的关键。

4. 房地产经纪行业应对“互联网+”时代的对策

4.1. 政府监管部门及行业协会

杭州市房地产经纪行业的政府监管部门是杭州市住房保障和房产管理局，行业协会是杭州市房地产中介行业协会(以下简称协会)，同时注册房地产经纪人又由浙江省房地产估价师与经纪人学会(以下简称学会)统一管理，为促进行业健康有序发展，交叉管理的同时更需要明确分工。

4.1.1. 牵头建立统一线上交易平台

20 世纪 30 年代美国诞生了 MLS (Multiple Listing System) 制度, 实质是由众多房地产经纪人联合起来共同建立一个信息资源共享和相互合作的系统, 使客户委托的房地产买卖、租赁业务能够在较短的时间内完成, 在 MLS 模式下, 房地产经纪人真正实现了行业内的信息资源共享和合作共赢, 极大缩短了房地产交易时间, 节约了交易成本, 提升了交易效率[2]。

我国近些年也出现了很多类似于 MLS 的平台第三方, 例如安居客、搜房、58 同城等, 但更多的作用是房源信息发布端口, 且房源信息不在所有经纪机构间共享, 因为对于经纪机构而言, 房源信息是生存的根本。要借鉴 MLS 制度, 实现行业内共享, 必须要有一个各经纪机构都信任的第三方牵头建立平台, 在交易限购的市场前提下, 可以由杭州市房地产中介行业协会, 或协会引导有意向和有能力企业建立平台, 指导各经纪机构挖掘自身优势, 在平台服务、房源寻找和客源寻找等方面加强合作, 共同推进行业健康发展。

4.1.2. 明确房地产经纪人管理方

当前杭州市房地产经纪人出现双重管理现象, 由中国房地产估价师与经纪人学会组织考试, 通过的经纪人由学会管理并组织线上继续教育, 主要考试内容是交易制度政策、职业导论、专业基础和业务操作, 这类登记注册的经纪人实际在岗率不高, 真正在岗的经纪人参加的是协会组织的从业人员职业培训和继续教育, 并颁发专业培训证书, 培训的内容主要是行业基础知识、交易基本法律常识、行为规范、职业素养、交易基本流程、合同条款解读及政策解读等。在岗的注册房地产经纪人既受学会的管理也受协会的管理, 为避免重复学习, 可以将经纪人培训及继续教育下放到协会, 协会牵头会员单位建立行业内合作章程并引导业内合作, 在原有培训内容基础上, 增加合作章程学习、合作模式探讨, 以实现合作方共赢及行业利益最大化。

4.1.3. 扩大房地产经纪人培训范围

目前协会组织的考证培训因培训力量有限导致覆盖面较窄, 从业人员依据入职时间排序参加, 培训考证不是上岗必须条件, 经纪人参加公司组织入职培训即可上岗, 这就造成经纪人因缺乏系统学习导致基础知识不扎实、法律意识和风险防范意识不强、职业素养不高且行为欠规范现象出现, 为避免此类问题出现, 协会可借助国家大力发展职业教育契机, 在各职业院校设立培训点以扩大培训范围, 将考证作为上岗前提, 对每一位入行人员实施岗前培训。

4.1.4. 建立准入及退出机制

O2O 模式在杭州乃至全国都还处在起步阶段, 为保证行业健康发展, 在借鉴国外运营模式的同时, 需要行业政府监管部门, 即杭州市住房保障和房产管理局加大监管力度, 制定行业进入标准, 公开投诉渠道, 对于投诉率高的企业实施强制退出机制, 特别是当下较热门的以租赁为主营业务的经纪机构, 例如蛋壳公寓, 没有实体店, 线上交易线下消费, 一旦出现问题, 除了客服电话无任何渠道可以解决问题, 在行业转型升级阶段, 不能让客户产生投诉无门的感觉, 这样将降低 O2O 模式的市场信任度, 阻碍行业有序发展。

4.2. 房地产经纪机构

4.2.1. 加大 APP 投入, 完善 APP 应用功能

从杭州市经纪行业来看, 近两年各大经纪机构都加大了 APP 投入, 功能逐渐完善。链家到贝壳找房体现了链家地产作为一家数据驱动的房产服务平台的初心; 华邦从最开始将 APP 作为单纯房源发布端口, 甚至房源信息都无法保证完整的情况下, 发展成客户一旦浏览经纪人就主动跟进, 反映了企业和经纪人

对 APP 的重视和转型的决心。在接下来阶段,已有 APP 的企业为巩固发展成果,应加大对客户体验感受的关注,做好客户满意度测评和调查,从技术和服务两方面完善 APP 应用功能,例如华邦将视频看房更新为 VR 看房。不具备 APP 的企业可以考虑以加盟或者购买平台的方式实现 O2O 转型。

4.2.2. 合理安排在岗经纪人培训内容

各经纪机构在经纪人上岗前有对应岗位培训,从业过程中通过各类考试实现技能提升,例如链家有贝壳博学大考。在 O2O 模式下,经纪机构应重点加强经纪人线上服务能力,除了公司集中培训外,各门店可以依据自身情况不定期开展具体业务技能分享,例如房源撰写、卖点提炼、买家浏览痕迹数据分析及购房需求分析、房源客源匹配技巧、推介技巧、疑难案例分享等,由业绩好的经验丰富的经纪人分享从业经历和交易案例,形成良好工作氛围,实现共同进步。

4.2.3. 调整佣金及考核制度

佣金及考核制度是激励经纪人提升服务质量的重要手段,除了常规的依据交易价定佣金外,经纪机构可以借鉴杭州市房地产经纪行业管理服务平台客户点评功能,在 APP 上增加对经纪人评分功能,以服务阶段为划分依据,客户评价纳入月度考核,形成奖励性绩效,以鼓励经纪人提高服务主动性。

4.3. 房地产经纪人

4.3.1. 加强学习,提升业务技能

行业转型升级大背景下,市场、公司及客户对经纪人的要求都会提高,为了跟上行业发展步伐,经纪人应加强自身学习,除了协会及公司组织学习的基本职业素养外,要重点加强房源介绍能力,例如 APP 上房源卖点提炼;其次要往数据分析和数据处理方向努力,时刻关注 APP 上所负责房源动态,养成及时跟进客户习惯,依据客户浏览痕迹分析客户购房需求及偏好,以此加强房源客源匹配能力,提高带看成功率。

4.3.2. 提高服务意识,增强主动性

服务质量是经纪人在市场中取胜的关键,目前经纪人对买家服务质量相较于卖家而言更好,普遍认为卖家将房源委托给公司,公司将房源在合理价位以较快速度交易既是对卖家最大的服务,其实不然,经纪人服务质量提升空间还很大,例如在委托时为房东分析房源优缺点,指导定价;每天带看后及时向房东反馈房源推介和带看情况,让房东随时掌握销售进程;及时将市场行情变化反馈房东,给出调整价格或其他便于快速交易的建议等。

基金项目

2017 年度杭州市社科规划“人才培育计划”专项课题研究成果(项目编号:2017RCZX02)。

参考文献

- [1] 王江艳. 浅谈当下电子商务 O2O 模式新机遇[J]. 电子世界, 2012(12): 23.
- [2] 徐斌, 廖俊平. MLS 的核心运营机制与中国互联网经纪未来发展[J]. 中国房地产, 2016(3): 26-30.