

如果要用一样东西来代表甜蜜,你会想到什么呢?

5月20日,上海链家联手新闻晨报共同举办了一场主题为“520花式撑消费 链家来撒糖”的直播活动。与常见的直播带货形式不同,在“我爱你”当天,链家除了与观众进行互动抽奖外,还在线派发10万份大白兔奶糖。

值得注意的是,这10万份甜蜜是由链家自掏腰包300万元来采购,再将这些大白兔奶糖运送至上海各门店,供市民免费领取。上海给予链家成长的土壤,链家以温暖与甜蜜回馈上海。

这不仅只是一次福利回馈。在如火如荼的“五五购物节”期间,送出一份份大白兔奶糖,都是链家用自身实际行动,为上海撑消费的证明与体现。



“520花式撑消费 链家来撒糖”直播现场

回馈上海撑消费 链家520花式“撒糖”10万份

在线“撒糖”10万份 回馈广大市民

一个是房产经纪公司,一个是国民奶糖,这看似毫无关联的两个名字,究竟是如何搭配起来的呢?说到甜蜜,大家未必能一下子联想到大白兔,但要说上海人的专属甜蜜,非大白兔奶糖莫属。

众所周知,老字号是上海的一笔宝贵财富,更是一块金字招牌,而诞生于1959年的大白兔,则代表了一代又一代上海人的味觉记忆。“大白兔是国民好感度极佳的大众宠儿,而链家又是以成为国民品牌为目标,所以相互契合。我们也想在这个时候给上海市民‘撒撒糖’,给大家的生活增添一份甜蜜。”

在5月20日当晚的直播间里,链家正式开启“撒糖”模式,引得评论区内热火朝天——即日起,所有观看直播的市民,都有机会免费领取一份200克大白兔奶糖!

怎么参与?市民只需将直播屏幕上的二维码保存至手机,用微信扫码识别,选择距离自己最近的链家门店后截图提交,再将领取的二维码截图。最后,带着这两张截图,在5月21日至23日18点至20点,前往预约的链家门店即可领取。数量有限,送完为止。

当天,链家COO王拥群作为神秘嘉宾也来到了现场。因为有着数学天才、跑步达人和读书发烧友这样的标签,大家都亲切地称呼他为“王博士”。

面对镜头,王博士稍稍显得有些害羞,但这丝毫掩盖不住他对撑消费和撑经济的决心。据王博士透露,这次链家居然把大白兔的现有库存都买光了。在一个多小时的直

播过程中,除了在线“撒糖”,链家还送出了价值7988元的华为手机、价值1299元的米家空气净化器、华为手环等多重大礼。

“链家作为一家已经走过了18个年头的公司,一直秉持着回馈社会的理念,所以我觉得我们在撑消费这件事上责无旁贷,非常有必要站出来撑经济,这也是我来这个直播间的理由。我们也是特意选了这个520的日子,来给大家发福利。”王博士说。

撑消费 链家势在必行

链家发的是奶糖,实际撑的是消费。

4月23日,上海宣布正式启动“五五购物节”,横跨整个二季度,贯穿劳动节、儿童节、端午节等多个重点节日。期间,上海还将举办130多项重点活动和700多项特色活动。

市委书记李强还在实地察看“五五购物节”筹备预热情况时指出,要着眼积极克服疫情影响、稳定经济发展,提振市场信心,充分认识促进消费的重要性,找准目标定位,狠抓推进落实,促进消费企稳回升。

上海各界企业和商家也积极响应政府号召,纷纷花式撑消费。比如,拼多多“百亿补贴”与“五五购物节”的联合活动就已经启动招商,并且在原本至少15亿元的现金及消费券基础上,再追加投入10亿元;哔哩哔哩则联合五角场商圈开展营销促销活动,在B站制作主题页面,发放优惠券和粉丝福利;小红书的主播们会在直播间进行抽奖,为粉丝送出商家礼品;喜马拉雅则宣布会在线上线下平台,发放20亿元津贴。

那么,对于非电商和零售出身的链家而

言,他们该怎么撑消费呢?这是王拥群和团队一直在思考的问题。最终,他们决定凭借经年积累下来的社区服务优势,拿出300万元用于采购商品,并直接赠予市民,从而跨越行业壁垒,满足市民朋友买买买的诉求。“上海支持链家,链家回馈上海。”

据悉,链家此次共采购了13万份大白兔奶糖,其中10万份在直播间送给市民。除了大白兔奶糖以外,王博士透露,考虑到餐饮行业受疫情影响较大,此次链家还采购了逾100万元的餐饮券,不仅是为了再撑一撑餐饮行业,也希望以此来激励上海链家旗下近2万名经纪人。

“即使这件事做起来会付出一定成本,我们也会心甘情愿、充满热情地去做,这就是链家的调性。”王博士说,这一波撑消费,链家撑定了!

服务精神 一以贯之

无论是“撒糖”还是撑消费,在王博士看来,这些都是符合链家“回馈上海”精神与决心的事情,可究竟该如何理解这4个字?这一次,王博士也借着难得的直播机会,向大家阐述了其中奥义。

“在消费者对高质专业服务需求不断提升的背景下,我们需要对自己提出更高的品质要求——从人员到工具,从环境到服务,只有品质的全面升级,我们才能真正让链家成为这个行业的品质旗帜。”王博士说。

走过第18个年头,链家已然不仅仅是一家房产经纪公司,它在业务层面用高品质要求自己的同时,还在生活各方面积极服务百姓,回馈社会。

数据显示,目前链家在全上海有近1000家门店。几年来,这些门店一直都充当着城市补给站的角色,王博士说,链家的线下门店不间断地在为周边居民提供打印复印、应急雨伞、代缴水电煤等九大便民服务。“我们想要为社区居民提供便捷、贴心的志愿服务,致力于做居民的社区好邻居。”

受疫情影响,2、3月前往线下门店的客户量骤然锐减,但是,链家的房产经纪人们并没有闲着。一方面,他们化身防疫志愿者走进社区。数据显示,疫情期间链家经纪人参与了8165次社区防疫志愿工作,累计在全上海290个社区,进行了2742场社区防疫服务活动。此外,链家还专门在社区举办了245场口罩派发活动,共计送出20万只口罩。

另一方面,还有部分在门店的经纪人变身“打印专员”。疫情期间,由于大部分学生在家上网课,因此带来了打印学习资料的刚需。可是,打印机并非每个家庭的标配,不少打印店也暂停营业,使得家长们“头痛异常”。

对此,链家基于原本就提供的免费打印功能,转型为“国民打印店”,利用自身布点广泛的优势,联动全上海门店为中小學生提供免费畅打学习资料的服务。房产经纪人们每天从后台下载文件,打印完毕后再通知家长前来领取,若遇不方便到店的情况,经纪人还会在社区允许和时间充裕的情况下,将打印后的学习资料送去家里。

疫情终会结束,但链家的服务精神不会停止,“我们一直怀揣着一颗赤子之心。”王博士说。我们也有理由相信,这份在危中寻机的能力,以及在关键时刻挺身而出的企业担当,会让它们走得更好更远。