

品牌策略單

企業名稱	信義房屋
品牌/產品	信義房屋/房屋買賣仲介服務
行銷預算	\$6,000,000，新台幣陸佰萬元正 (此次競賽為統一行銷預算，以求同一企劃基準)

品牌/產品說明

【品牌說明】

1. 第三方肯定品牌：

- 信義房屋 15 度榮獲「讀者文摘信譽品牌」，最高榮譽「白金獎」成為消費者最信賴的房仲類品牌。
- 信義房屋連續 28 年《天下雜誌》「2000 大企業調查」在房仲業第一名。

2. 財務經營公開透明：

- 信義房屋 1999 年於臺灣證券交易所成為 股票上市公司，房仲業唯一。
- 臺灣證券交易所公布信義房屋連續 8 年獲得「公司治理評鑑」最高肯定，被評選為上市組排名前 5% 的最優級，房仲服務業唯一。

3. 善盡企業社會責任：

- 信義房屋獲「TCSA 台灣企業永續獎」，綜合績效方面獲台灣十大永續典範企業獎-服務業組，單項績效方面獲氣候領袖獎、創新成長領袖獎、透明誠信領袖獎，永續報告方面則獲不動產及營造業第 1 類白金級肯定；此外，更獲 GCSA 全球企業永續獎最佳案例獎及永續報告書獎。
- 商業周刊公布「碳競爭力 100 強」調查，選出減碳與營收表現俱佳的 100 家公司，顯示永續、獲利確實能雙收，信義房屋為房仲業唯一上榜。

【產品說明】

1. 「交易過程」是不是有保障？

買賣房屋絕對是件人生大事，對信義房屋來說，幫客戶買賣房子不只是一筆資產的交易，更是成就客戶及保障客戶家業夢想的自我要求，信義房屋為房仲業股票上市公司，經營財務公開、透明，更以實收資本額 73.68 億之規模實力，確保客戶交易安全保障。為求更周延保障客戶的服務權益，信義房屋還提供四大保障、二項安心服務，為消費者建構起買賣屋安全防護網，在房屋交易的過程中多一層保障，致力打造優質的房屋買賣交易安全無慮環境，將交易風險降至最低。

2. 「交易過程」是不是有效率？

2023 TAA

第二十一屆校園創意提案競賽

信義房屋為提供消費者更好的數位體驗，積極投入房地產科技 (PropTech)，運用大數據「AI 智能配案」，將這些線上的行為資訊與線下同仁服務的數據做快速提升媒合的效率，並結合 AI 機器學習與即時渲染的 3D 變裝，2D / 3D 空間結構輕鬆掌握，線上為客戶描繪房子的未來價值性，並節省客戶舟車往返看屋行程。信義房屋引領業界，堅持先進行產權調查並製作不動產說明書，不斷精進產製流程，導入 E 化製作流程以及「AI 偵錯」等，希望讓科技賦能打造更多貼心服務及客戶安全放心的交易流程。

3. 「交易價格」是不是合理？

信義房屋提供全台實價登錄查詢系統、信義成交行情、區域行情走勢及移轉棟數價量等完整資訊，並透過信義官網線上查詢「我家有多夯」、「社區夯榜」，提供客戶在售屋定價時，了解所屬房屋所在區域價格、房價趨勢等因素參酌，並協同專業經紀人試算房屋交易所產生之相關成本(例如：土地增值稅、交易所得稅、代書費、仲介服務費等)，進而雙方共同擬定房屋銷售「合理定價」，快速完成交易。

目標客群

- 1.年齡：40 歲~65 歲以上，賣屋、換屋之潛在服務需求。
- 2.對象：房屋交易決策者(男/女)。

傳播/行銷目標

- 1 形塑品牌 ESG 形象優勢，增進客戶品牌好感度。
- 2.強化品牌直營優勢訴求，溝通品牌對於「交易安全」、「交易速度」及「合理購售屋價格」之重視，增進客戶首選品牌服務信任度、指名度。

行銷限制 (法規、公司政策)：

主要競爭者

永慶房屋/永慶不動產

台灣房屋

懇請提供品牌諮詢方，讓參賽學生直接釐清發想方向，如有不便，煩請告知秘書處協助聯繫

品牌網站

(信義官方網站) <https://www.sinyi.com.tw/>

(信義永續網站) <https://csr.sinyi.com.tw/>

2023 TAA
第二十一屆校園創意提案競賽

	(粉絲專頁) https://www.facebook.com/sinyifans/?locale=zh_TW	
品牌諮詢	(姓名)劉士杰	(職稱)專案執行經理
	(電話)02-27557666 分機 14395	(信箱)s143954@sinyi.com.tw