

**BÍ QUYẾT XÂY DỰNG**

# DATA KHÁCH HÀNG

**HIỆU QUẢ CHO NHÀ MÔI GIỚI**



# Mục Lục

**1. Data khách hàng bất động sản là gì?**

**2. Tầm quan trọng và lợi ích khi xây dựng data khách hàng**

**3. Các loại data khách hàng bất động sản mà nhà môi giới cần biết**

- Dữ liệu cá nhân
- Dữ liệu về sự tương tác
- Dữ liệu về hành vi khách hàng
- Dữ liệu về thái độ

**4. Bí kíp xây dựng data hiệu quả mà nhà môi giới không thể bỏ qua**

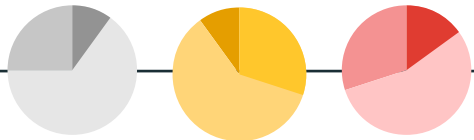
- Phương pháp SOI
- Phương pháp Lead Generation

**5. Lưu ý khi xây dựng và sử dụng data khách hàng**

- Đảm bảo tính bảo mật thông tin khách hàng
- Đảm bảo tính nhất quán các thông tin khi lưu trữ
- Cách quản lý data khách hàng hiệu quả
- Dọn dẹp data khách hàng định kỳ và sử dụng data khách hàng

3 việc đầu tiên mà bạn đã làm khi bước chân vào nghề môi giới là gì?

Chắc chắn trong số 3 việc mà bạn đang nghĩ đến nhất định phải có tìm kiếm và xây dựng dữ liệu khách hàng. Có thể nói, nguồn data khách hàng mà bạn đang sở hữu chính là một trong những yếu tố quan trọng, quyết định sự thành công trong nghề môi giới. Việc phân tích data khách hàng, hiểu đúng nhu cầu, mong muốn của họ sẽ giúp bạn tiếp cận khách hàng hiệu quả và là nền tảng để tạo nên những chiến lược kinh doanh theo từng giai đoạn. Đồng thời, dữ liệu khách hàng cũng là chìa khóa để bạn có thể cải thiện trải nghiệm của khách hàng trong quá trình giao dịch bất động sản.



01

## Data khách hàng bất động sản là gì?

**Data khách hàng** hay **dữ liệu khách hàng** bất động sản là các thông tin cá nhân mà khách hàng cung cấp hoặc dữ liệu hành vi mà họ để lại khi tương tác với nhà môi giới/với doanh nghiệp thông qua nhiều hình thức khác nhau như: website, ứng dụng di động, khảo sát, phương tiện truyền thông trực tiếp và trực tuyến.

Data khách hàng được xem là "tài sản" quan trọng của doanh nghiệp và nhà môi giới bởi đây là những thông tin quan trọng trong chiến lược kinh doanh bất động sản. Để tạo ra một cơ sở dữ liệu khách hàng tiềm năng và hiệu quả, nhà môi giới cần phân loại các nhóm data để hiểu chúng đến từ đâu và tiến hành chiến lược nuôi dưỡng sao cho hiệu quả nhất.

## 02

### Tầm quan trọng và lợi ích khi xây dựng data khách hàng

Không phải ngẫu nhiên mà data khách hàng bất động sản được ví như “nguồn sống” của nhà môi giới. Một hệ thống data khách hàng chất lượng sẽ giúp nhà môi giới hiểu hơn về khách hàng của mình và khai thác được nhu cầu của họ một cách tối ưu. Từ đó, đưa ra phương án tốt nhất cho khách hàng, giúp tăng khả năng chốt sales thành công. Ngoài ra, data khách hàng cũng giúp nhà môi giới thực hiện cùng lúc nhiều nhiệm vụ trong kinh doanh, bao gồm:



Chăm sóc khách hàng cũ



Theo dõi khách hàng tiềm năng

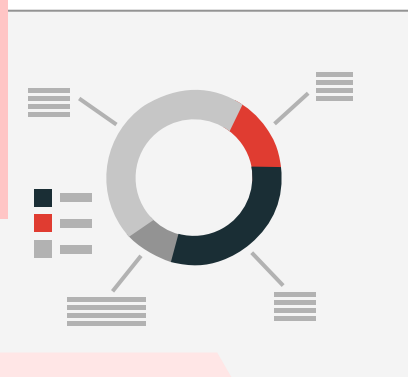
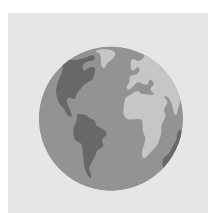


Thu thập phản hồi của khách hàng



Khắc phục tốt hơn những vấn đề phát sinh

Ngoài ra, khi xây dựng được hệ thống dữ liệu khách hàng chi tiết, rõ ràng và chất lượng, các nhà môi giới sẽ có thể dễ dàng giới thiệu với khách hàng những sản phẩm phù hợp để phát sinh thêm các giao dịch tiếp theo.



## 03

### Các loại data khách hàng bất động sản mà nhà môi giới cần biết

Data khách hàng bất động sản thường được thu thập bằng nhiều nguồn khác nhau và dựa vào đó chúng ta có thể phân làm 4 nhóm dữ liệu cơ bản sau:

## 1. Dữ liệu cá nhân

Dữ liệu cá nhân là những thông tin cơ bản nhất của khách hàng, giúp nhà môi giới hình dung và phác họa chân dung của khách hàng qua các thông tin bao gồm:

- Tên liên hệ
- Tuổi
- Giới tính
- Ngày sinh
- Facebook/LinkedIn/Twitter/Zalo
- Nơi sinh sống
- Địa chỉ email
- Số điện thoại
- Chức danh công việc
- Các tổ chức được liên kết

## 2. Dữ liệu về sự tương tác

Dữ liệu này bao gồm nhiều điểm tiếp xúc mà khách hàng tương tác với doanh nghiệp hoặc với nhà môi giới bao gồm các thông tin hành vi của họ trên các kênh khác nhau

- **Website và ứng dụng di động:** lượt truy cập, tần suất sử dụng, lượt xem, lưu lượng người dùng
- **Mạng xã hội:** lượt like, bình luận, lượt xem và chia sẻ
- **Email:** tỉ lệ mở email, tỉ lệ nhấp trong email, tỉ lệ thoát, lượt chuyển tiếp email
- **Chăm sóc khách hàng:** số lượng gia nhập mới, số lượng khiếu nại, số lượng phản hồi về dịch vụ/sản phẩm
- **Quảng cáo có phí:** tỉ lệ hiển thị, tỉ lệ truy cập, lượt click, tỉ lệ chuyển đổi

Dữ liệu tương tác sẽ giúp các nhà môi giới có thể nghiên cứu, phân tích đặc điểm, sở thích, nhu cầu của khách hàng để có thể kiểm soát các chiến dịch tiếp thị hiệu quả hơn.

### 3. Dữ liệu về hành vi khách hàng

Dữ liệu hành vi giúp nhà môi giới hiểu được mọi hành vi của khách hàng trên suốt hành trình mua hàng của họ. Từ đó, biết được những khúc mắc mà khách hàng gặp phải và đưa ra những thay đổi phù hợp để tăng thêm tỉ lệ chốt sales. Dữ liệu hành vi có thể bao gồm:

- Đăng ký email nhận thông tin
- Từ khóa được tìm kiếm nhiều
- Các khu vực nhà đất được quan tâm
- Các cuộc gọi được chấp nhận, từ chối hoặc yêu cầu tư vấn
- Các câu hỏi, đánh giá, bình luận

### 4. Dữ liệu về thái độ

Khác với các dữ liệu dựa trên những thông số, thống kê đã kể ở trên thì dữ liệu về thái độ lại dựa theo tính chủ quan và cách mà khách hàng cảm nhận về nhà môi giới. Dữ liệu về thái độ khách hàng thường được tìm kiếm thông qua: khảo sát, phỏng vấn cá nhân, phản hồi, khiếu nại, đánh giá.

Dữ liệu về thái độ khách hàng giúp cho nhà môi giới có thể biết được tỷ lệ thuyết phục khách hàng thành công để có những phương án, giải pháp chinh phục sao cho phù hợp. Bên cạnh đó, dữ liệu thái độ khách hàng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc lắng nghe trải nghiệm của họ đối với nhà môi giới, từ đó cải thiện các vấn đề làm khách chưa hài lòng hoặc phát huy những điểm tích cực khiến họ thích làm việc với bạn.



# 04

## Bí kíp xây dựng data hiệu quả mà nhà môi giới không thể bỏ qua

Để xây dựng một hệ thống dữ liệu khách hàng chất lượng thì nhà môi giới cần có những phương pháp hiệu quả. Dưới đây là 2 phương pháp đang được rất nhiều nhà môi giới thành công áp dụng trong quá trình xây dựng data khách hàng.

### A Phương pháp SOI

Một vài thống kê từ các tổ chức uy tín cho biết:



# 82%

**giao dịch bất động sản** là kết quả của các liên hệ trước đó bao gồm: giới thiệu, bạn bè, gia đình và liên hệ cá nhân

# 74%

**người mua** sẽ tìm đến nhà môi giới của họ hoặc giới thiệu nhà môi giới đó cho người khác

# 84%

**khách hàng** sẽ tin tưởng vào sự giới thiệu từ gia đình, bạn bè và đồng nghiệp

Những thông tin kể trên cho chúng ta thấy rằng hình thức tiếp thị truyền miệng đóng vai trò quan trọng trong các giao dịch bất động sản và sự giới thiệu từ những người quen của khách hàng vẫn là thông tin có độ tin cậy cao. **Phương pháp SOI (SPHERE OF INFLUENCE)** là cơ sở dữ liệu bao gồm tập hợp những người nằm trong phạm vi ảnh hưởng của người môi giới. Nói một cách dễ hiểu, SOI là tập hợp những người mà nhà môi giới đã có quen biết từ trước.

Để nhận biết một người nào đó có thuộc SOI của mình hay không, nhà môi giới có thể kiểm nghiệm như sau:

*"Nếu ai đó đề cập đến tên của bạn cho một người mà người đó nhớ bạn là ai và đã từng gặp ở đâu, thì người này đủ điều kiện để được đưa vào cơ sở dữ liệu SOI".*

## Xây dựng SOI

Một trong những cách tốt để bắt tay vào việc xây dựng data khách hàng bất động sản với phương pháp SOI là bắt đầu với những người ủng hộ bạn nhất. Để tìm được những người có mặt trong danh sách SOI của mình, bạn hãy trả lời những câu hỏi:



*Ai là người **thân thiết** với bạn nhất?*

*Ai là người **luôn ủng hộ và cổ vũ** bạn nhiệt tình?*

*Ai muốn bạn **phát triển và thành công**?*

Với mối quan hệ thân thiết và sự tin tưởng lớn, những người này sẽ sẵn sàng giới thiệu bạn với những người khác. Thông thường, những người ủng hộ bạn nhiệt tình nhất là những người có thể tìm thấy trong các nhóm sau:

*Bạn bè*

*Đồng nghiệp*

*Người thân,  
gia đình*

*Khách hàng  
cũ*

*Họ hàng,  
hàng xóm*



Hãy cập nhật thông tin liên lạc của họ bao gồm: địa chỉ sinh sống, địa chỉ email và số điện thoại. Khi liên lạc với những người này, hãy nhắc họ rằng bạn đang làm trong lĩnh vực bất động sản và cần sự giúp đỡ, giới thiệu nếu các mối quan hệ xung quanh của họ phát sinh nhu cầu giao dịch BĐS.



## Cách mở rộng SOI

---

Mở rộng data khách hàng bất động sản là cách mà các nhà môi giới thành công đảm bảo cho lượng giao dịch của họ luôn được duy trì. Với SOI, nhà môi giới có thể làm điều đó một cách dễ dàng:

- ▶ Thêm **5 người** mới vào cơ sở dữ liệu giới thiệu SOI của bạn **mỗi tuần**. Bạn phải chắc chắn có được tất cả các thông tin liên lạc của họ ngay từ đầu, bởi vì sẽ rất khó để liên lạc lại khi bị thiếu thông tin
- ▶ Tiếp tục thực hiện cuộc gọi điện thoại đầu tiên đến tất cả các thành viên của SOI để cập nhật thông tin liên lạc và yêu cầu giới thiệu

## Nuôi dưỡng data khách hàng BĐS theo phương pháp của SOI

---

Hầu hết các nhà môi giới đều có một data khách hàng bất động sản kiểu SOI nhưng họ không nhận ra tầm quan trọng của nó, cũng như không liên lạc với các cá nhân trong SOI một cách có hệ thống. Việc liên lạc và chăm sóc SOI phải được thực hiện nhất quán thì mới có thể đem lại kết quả tích cực.

Theo nghiên cứu của các chuyên gia bất động sản hàng đầu, nếu nhà môi giới liên hệ với các thành viên SOI của mình 40 lần mỗi năm bằng nhiều chiến dịch truyền thông khác nhau thì sẽ chiếm lĩnh được vị trí hàng đầu trong tâm trí họ. Điều này có nghĩa là khi các mối quan hệ của họ phát sinh nhu cầu bất động sản thì người đầu tiên họ nghĩ đến chính là bạn, đó là cơ sở để tạo ra các cơ hội giao dịch mới. Một kế hoạch liên hệ với SOI chủ yếu nằm trong 3 phương tiện truyền thông sau:



Kênh truyền thông	Vai trò	Số lần thực hiện
Email	Được sử dụng để xây dựng hình ảnh của người môi giới trong tâm trí khách hàng, không phải để tạo dựng cơ hội bán hàng.	2 tuần/lần
Bưu phẩm	Bưu phẩm là những tài liệu được in ra và gửi đến hòm thư của khách hàng, đó có thể là báo cáo thị trường, tờ rơi, notecard, thư tay... Thông thường, những bưu phẩm này sẽ được khách hàng lưu giữ trong một khoảng thời gian nhất định nên có thể gợi nhớ hình ảnh của bạn với khách hàng.	1 lần/tháng
Điện thoại	Những cuộc điện thoại đóng vai trò chủ đạo trong việc thu hút sự chú ý của người nhận và duy trì mối quan hệ với những người trong SOI.	2 lần/năm/ khách hàng

Ngoài ra, nhà môi giới cũng có thể kết hợp với các hoạt động sau:

- Hoạt động thăm hỏi
- Gặp gỡ trực tiếp
- Facebook và các tin nhắn truyền thông xã hội khác
- Tặng quà vào dịp lễ tết

Những cách nuôi dưỡng khách hàng này tạo điều kiện cho môi giới liên tục xuất hiện trong tâm trí khách hàng và khiến họ đánh giá cao mối quan tâm mà nhà môi giới dành cho họ. Khi khách hàng hoặc những người xung quanh họ có nhu cầu về bất động sản thì nhà môi giới đã liên hệ tích cực trong suốt khoảng thời gian trước đó sẽ là người được ưu tiên lựa chọn.

Xây dựng data khách hàng bất động sản bằng phương pháp SOI không dành cho những người muốn thấy hiệu quả ngay lập tức. Do đó, nhà môi giới nên kiên trì với kế hoạch liên hệ SOI và dần dần nắm chắc vị trí số 1 trong tâm trí của các thành viên. SOI là nguồn dữ liệu có thể khai thác lâu dài và mở rộng liên tục, nếu bạn chọn gắn bó với nghề môi giới, thì SOI chính là nguồn khách hàng tiềm năng lý tưởng nhất.

## B Phương pháp Lead Generation

Lead Generation (gọi tắt: Lead Gen) đóng vai trò quan trọng trong chiến lược môi giới bất động sản. Trong bất động sản, Lead Gen được hiểu là quá trình thu hút và chuyển đổi từ những người lạ và khách hàng tiềm năng thành người có quan tâm đến sản phẩm/dịch vụ bất động sản của nhà môi giới. Lead Gen được thu thập từ các nguồn khác nhau, chẳng hạn, từ lượt giới thiệu cá nhân, các cuộc gọi điện thoại của nhà môi giới hoặc thông qua những sự kiện, quảng cáo và internet.

### Các quy tắc của chiến lược Lead Gen

Để xây dựng data khách hàng theo phương pháp Lead Gen, nhà môi giới có thể áp dụng 4 quy tắc sau:

#### Quy tắc 1: Nắm bắt Lead Gen

Một nửa số khách truy cập sẽ không bao giờ quay lại website của nhà môi giới, do đó bạn cần tận dụng mọi cơ hội để nắm bắt một số thông tin của họ ngay từ lần đầu tiên ghé thăm website, bao gồm: tên, email, số điện thoại...

*Lưu ý, khách hàng truy cập không phải lúc nào cũng sẵn sàng cung cấp thông tin cá nhân của họ, vì vậy hãy đổi mới cách làm để có được thông tin. Hãy sử dụng các call to action hấp dẫn, mang tính kích thích để thúc đẩy khách hàng để lại thông tin.*

#### Quy tắc 2: Nam châm Lead Gen

Nam châm Lead Gen ở đây được hiểu là công cụ cung cấp giá trị cho khách hàng truy cập để đổi lấy thông tin liên hệ của họ. Một số nam châm Lead Gen có thể kể đến như:



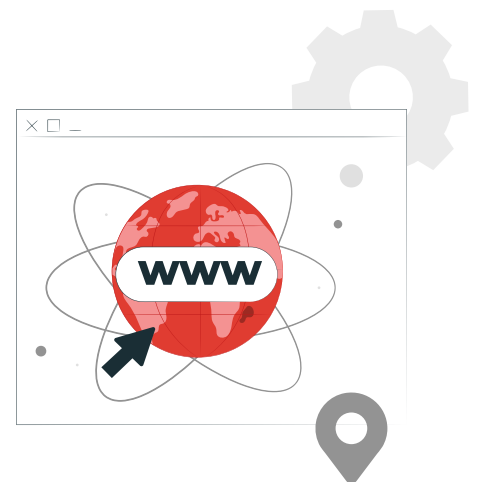
- Video hướng dẫn
- Ưu đãi giới hạn
- Tài liệu, thông tin quy hoạch
- Bí quyết, mẹo hay trong giao dịch bất động sản, nhà môi giới có thể tham khảo các nguồn thông tin với chuỗi kiến thức của Batdongsan.com.vn trong các chương trình: [Báo Cáo Thị Trường BĐS](#), [eBook](#), [Podcast](#)

Những công cụ miễn phí này sẽ cho phép nhà môi giới vừa có được thông tin khách hàng vừa định hướng để họ hiểu rõ hơn về bạn, về sản phẩm mà bạn đang giới thiệu.

### Quy tắc 3: Chuyển đổi trang đích

Cụ thể đây là một cách liên kết call to action của bạn với một trang đích chuyên dụng. Call to action gửi khách truy cập đến một trang đích nơi họ có thể nhận được một đề nghị cụ thể. Cần lưu ý rằng các trang đích tồn tại tách biệt với website của bạn và thường được sử dụng làm công cụ cho một chiến dịch tiếp thị.

Việc sử dụng trang đích phục vụ mục đích kéo là thu hút và hâm nóng khách hàng tiềm năng. Lưu ý, yếu tố quan trọng nhất của trang đích là nó mang lại lời hứa và nguồn quảng cáo của bạn đã thực hiện. Ví dụ: Call to action là "Tải thông tin quy hoạch" thì trang đích cần đáp ứng đầy đủ nội dung, hình ảnh trong quảng cáo của bạn ở một mức độ nhất định. Bên cạnh đó trang đích của bạn cần được:

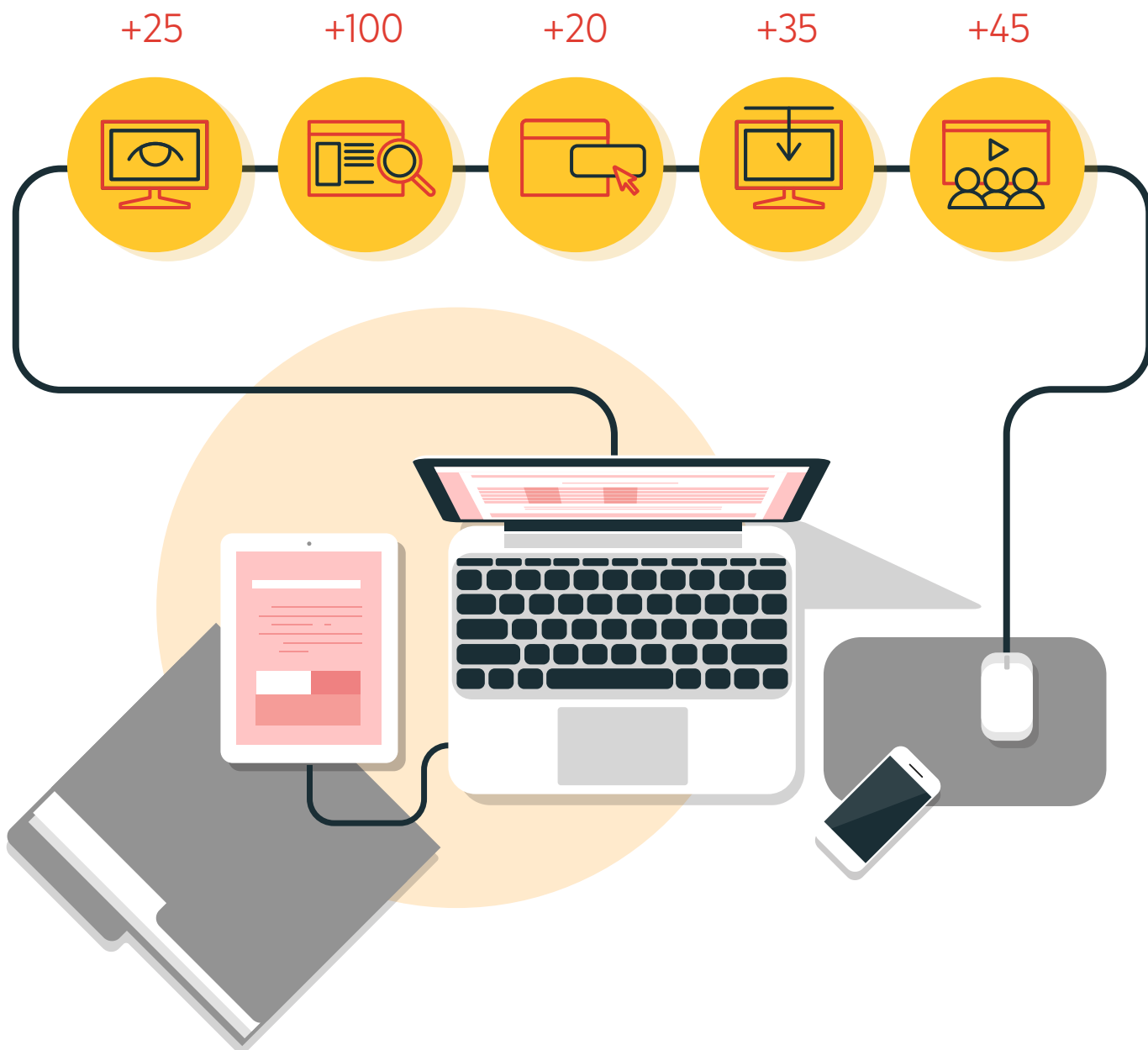


- **Tối ưu call to action** bằng một hành động và hàm ý về sự khẩn cấp, ngay lập tức với thiết kế nổi bật, dễ thấy, dễ nhấp chuột
- **Tối ưu Lead Magnet** với một lợi ích hấp dẫn, cụ thể, rõ ràng để khách hàng có thể nhận thức một cách nhanh chóng
- **Tối ưu nội dung và hình ảnh** mới mẻ, độc đáo được sắp xếp rõ ràng, dễ đọc, dễ tiếp cận
- **Tối ưu hiển thị trang đích** trên các thiết bị máy tính/ di động

## Quy tắc 4: Chấm điểm Lead Gen

Để xác định vị trí của khách hàng tiềm năng trên thang đo từ mức độ quan tâm đến mức độ sẵn sàng cho việc mua hàng, bạn nên chấm điểm! Điểm số của khách hàng tiềm năng có thể dựa trên các hoạt động họ đã thực hiện, thông tin được cung cấp, mức độ gắn kết với bạn và các tiêu chí khác mà bạn xác định.

Ví dụ nhà môi giới có thể chấm điểm ai đó cao hơn nếu họ thường xuyên tương tác trên mạng xã hội hoặc nếu thông tin nhân khẩu học của họ phù hợp với mục tiêu của bạn. Cách chấm điểm Lead Gen này góp phần giúp bạn nhận biết và phân tích khách hàng tiềm năng và tiết kiệm thời gian tiền bạc khi tiếp cận thị trường mục tiêu.



# 05

## Lưu ý khi xây dựng và sử dụng data khách hàng

### 1. Phân tích rõ nhu cầu của nhóm data khách hàng

Trước khi xây dựng bất kỳ kế hoạch khai thác thị trường nào, bạn nên phân loại từng nhóm khách hàng tiềm năng, để truyền thông đúng nội dung họ đang tìm kiếm.

Chúng ta có thể chia các dữ liệu khách hàng theo các nhóm sau đây:

Nhóm khách hàng	Nhu cầu của khách hàng
Khách hàng đầu tư	Quy hoạch, tầm nhìn, vị trí và tiềm năng của bất động sản, chính sách bán hàng, phương thức thanh toán
Khách hàng mua để ở	Tiện ích, tính pháp lý, môi trường sống, uy tín chủ đầu tư
Khách hàng bình dân	Giá cả là thứ quan trọng nhất, phương thức thanh toán
Khách hàng trung lưu	Tiện ích nội ngoại khu quan trọng hơn giá cả
Khách hàng cao cấp	Sang trọng, đẳng cấp, tiện lợi, thoải mái
Khách hàng là hộ gia đình	Diện tích, không gian xanh, tiện ích nội ngoại khu
Khách hàng là cá nhân	Diện tích, giá cả, vị trí thuận tiện, thoải mái

### 2. Đảm bảo tính bảo mật thông tin khách hàng

Dữ liệu khách hàng là tài nguyên có giá trị nhất đối với mỗi một nhà môi giới. Vì vậy, dữ liệu khách hàng cần được lưu trữ và bảo vệ một cách cẩn thận. Khi thu thập dữ liệu cá nhân của khách hàng, từ số điện thoại, địa chỉ, và email của người dùng đến những thông tin nhạy cảm như tài khoản ngân hàng, bạn cần có kế hoạch quản lý, bảo vệ sao cho dữ liệu khách hàng an toàn, tránh rò rỉ thông tin khách hàng.

### 3. Đảm bảo tính nhất quán các thông tin khi lưu trữ

Thông tin khách hàng cần có tính đồng nhất và phân chia nhóm khách hàng một cách khoa học, rõ ràng. Data khách hàng càng chi tiết, nhà môi giới càng quan sát khách hàng một cách bao quát và rõ ràng hơn. Điều này rất quan trọng cho các kế hoạch giới thiệu sản phẩm mới trong tương lai.

### 4. Cách quản lý data khách hàng hiệu quả

Data khách hàng được xem là tài sản cần được bảo vệ và quản lý một cách an toàn, thông minh. Trong thời đại công nghệ 4.0, nhà môi giới có thể sử dụng các giải pháp công cụ quản lý khách hàng thông minh như CRM hoặc đơn giản hơn là Excel. Bạn có thể dựa vào ưu và nhược điểm dưới đây để lựa chọn công cụ phù hợp nhất cho mình

Công cụ	Ưu điểm	Nhược điểm
CRM	<ul style="list-style-type: none"><li>• Chỉ cần 1 click chuột là có thể nhìn thấy trọn vẹn thông tin khách hàng</li><li>• Phân quyền và bảo mật cao</li><li>• Nhiều người dùng có thể truy cập và làm việc từ cùng một cơ sở dữ liệu</li><li>• Có thể được tích hợp với nhiều công cụ kinh doanh khác</li><li>• Có khả năng phân tích và báo cáo tự động</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mất thời gian để triển khai</li><li>• Tốn chi phí định kỳ để sử dụng</li><li>• Cần Internet để sử dụng</li></ul>
Excel	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dễ sử dụng</li><li>• Tính năng cơ bản nhiều người có thể sử dụng</li><li>• Lưu trữ thông tin trong một tệp (file) duy nhất</li><li>• Sử dụng miễn phí mà không phải trả tiền</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dữ liệu phân mảnh, lưu trữ trên nhiều file</li><li>• Khó tra cứu dữ liệu khách hàng</li><li>• Tốn thời gian nhập liệu</li><li>• Dữ liệu dễ bị sửa, xóa, thất thoát</li><li>• Nhiều người không thể xem hoặc cập nhật thông tin cùng lúc</li><li>• Dễ quá tải dữ liệu</li></ul>

## 5. Dọn dẹp data khách hàng định kỳ

Làm sạch dữ liệu là bước không thể thiếu trong quá trình xây dựng và quản lý data khách hàng. Thao tác này giúp bạn nâng cao giá trị dữ liệu và sàng lọc đối tượng khách hàng tiềm năng một cách dễ dàng. Do đó, trong quá trình quản lý data khách hàng, bạn cần lập các kế hoạch dọn dẹp dữ liệu thường xuyên và định kỳ. Hãy liên tục cập nhật các thông tin như: số điện thoại, email, địa chỉ nhà riêng... và loại bỏ những khách hàng ảo, khách hàng không tiềm năng. Từ đó tránh gây lãng phí tài nguyên và làm sạch những dữ liệu không cần thiết.



# Kết

Một data khách hàng chi tiết và đầy đủ sẽ giúp bạn cá nhân hóa thông tin khách hàng một cách chính xác. Hãy cố gắng làm đầy thông tin cho các tệp data của mình để tăng khả năng đánh giá khách hàng tiềm năng và mở rộng thêm tệp khách hàng nhé! Ngoài tài liệu này, bạn cũng có thể tham khảo thêm eBook [1001 Cách Tiếp Cận Khách Hàng Tiềm Năng](#) để xây dựng dữ liệu hiệu quả hơn. Hy vọng các nhà môi giới đã có thêm những kiến thức hữu ích trong các ấn phẩm tài liệu của Batdongsan.com.vn

Tham gia ngay group **Chuyên Gia Bất Động Sản Việt Nam** và fanpage **Môi Giới Bất Động Sản Từ A Đến Z** để tra dồi thêm nhiều thông tin bổ ích trong lĩnh vực bất động sản. Chúc bạn sẽ gặt hái được kết quả kinh doanh tốt nhất với sự đồng hành xuyên suốt từ Batdongsan.com.vn!

Chờ đón các eBook thú vị khác từ chúng tôi nhé!



# VỀ Batdongsan.com.vn

Trải qua 15 năm hình thành và phát triển, Batdongsan.com.vn là website số 1 về bất động sản tại Việt Nam, giúp người dùng tìm kiếm được ngôi nhà mơ ước với hàng triệu tin đăng mỗi tháng.

Bên cạnh việc sát cánh cùng người mua nhà, Batdongsan.com.vn còn là người bạn đồng hành, là đối tác tin cậy đối với các cá nhân, doanh nghiệp kinh doanh bất động sản và các chủ đầu tư trong việc truyền thông, nghiên cứu thị trường dựa trên các dữ liệu big data trực tuyến. Đồng thời, cung cấp các ứng dụng, giải pháp bán hàng và quản lý bán hàng, marketing trong lĩnh vực bất động sản, giúp các đơn vị cung cấp tiếp cận gần hơn với khách hàng.

Với tầm nhìn trở thành cố vấn tin cậy, Batdongsan.com.vn luôn hướng tới những sản phẩm và dịch vụ mang tính đột phá, liên tục cải tiến để nâng cao trải nghiệm người dùng, gia tăng giá trị cho khách hàng. Chúng tôi luôn nỗ lực mỗi ngày để trở thành cầu nối giúp các doanh nghiệp và người tìm nhà dễ dàng tìm thấy nhau trong thời đại số.

Mọi thắc mắc về sản phẩm hoặc dịch vụ, vui lòng liên hệ:

**Email:** [cskh@batdongsan.com.vn](mailto:cskh@batdongsan.com.vn)

**Hotline:** 1900-1881

**Website:** [www.batdongsan.com.vn](http://www.batdongsan.com.vn)