

ТОП ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ РОСТА ПРОДАЖ НОВОСТРОЕК



ОБУЧАЮЩЕ-РАЗВИВАЮЩИЕ МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ РИЭЛТОРОВ



2

Объём и ассортимент
предложения

0

Входящий поток

3

Лояльность
застройщиков к АН

3

Число риэлторов,
продающих новостройки

5



5

Лояльность клиентов к АН

0

Конверсия

4



19

Лояльность риэлторов
к застройщикам

4

СОВМЕСТНЫЕ АКТИВНОСТИ



2

Объём и ассортимент предложения

0

Входящий поток

0



3

Лояльность застройщиков к АН

5

Число риэлторов, продающих новостройки

2



12

Лояльность риэлторов к застройщикам

3

Конверсия

0

NETWORKING



1

Объём и ассортимент предложения

5

Входящий поток

0



5

Лояльность застройщиков к АН

5

Число риэлторов, продающих новостройки

0

Лояльность клиентов к АН

0

Конверсия

0



10

Лояльность риэлторов к застройщикам

0

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА

\$ 1

Объём и ассортимент предложения

0

Входящий поток

0

3

Лояльность застройщиков к АН

5

Число риэлторов, продающих новостройки

0

5

Лояльность клиентов к АН

0

Конверсия

0

Лояльность риэлторов к застройщикам

0

ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

\$

4



2



26

Объём и ассортимент предложения

3

Лояльность застройщиков к АН

4

Лояльность клиентов к АН

4

Лояльность риэлторов к застройщикам

3

Входящий поток

5

Число риэлторов, продающих новостройки

2

Конверсия

5

РЕКЛАМНЫЙ КО-БРЕНДИНГ



5



2



24

Объём и ассортимент предложения

3

Лояльность застройщиков к АН

4

Лояльность клиентов к АН

5

Лояльность риэлторов к застройщикам

4

Входящий поток

5

Число риэлторов, продающих новостройки

1

Конверсия

2

БРЕНД-МЕНЕДЖЕР ЗАСТРОЙЩИКА



4



3



23

Объём и ассортимент предложения

1

Лояльность застройщиков к АН

5

Лояльность клиентов к АН

3

Лояльность риэлторов к застройщикам

5

Входящий поток

1

Число риэлторов, продающих новостройки

4

Конверсия

4

МОТИВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ

\$ 4

🕒 3

🔍 18

Объём и ассортимент предложения

5

Лояльность застройщиков к АН

3

Лояльность клиентов к АН

0

Лояльность риэлторов к застройщикам

2

Входящий поток

0

Число риэлторов, продающих новостройки

5

Конверсия

3

ЕДИНОЕ КОМИССИОННОЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ



2

Объём и ассортимент предложения

0

Входящий поток

0



2

Лояльность застройщиков к АН

5

Число риэлторов, продающих новостройки

0

Лояльность клиентов к АН

2

Конверсия

0



7

Лояльность риэлторов к застройщикам

0

WELCOME ДЛЯ НОВИЧКОВ

\$ 0

🕒 2

🔍 14

Объём и ассортимент предложения

0

Лояльность застройщиков к АН

0

Лояльность клиентов к АН

0

Лояльность риэлторов к застройщикам

3

Входящий поток

3

Число риэлторов, продающих новостройки

5

Конверсия

3

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ СКИДКИ И ПРЕФЕРЕНЦИИ

\$ 0

🕒 3

🔍 22

Объём и ассортимент предложения

0

Лояльность застройщиков к АН

0

Лояльность клиентов к АН

5

Лояльность риэлторов к застройщикам

5

Входящий поток

5

Число риэлторов, продающих новостройки

2

Конверсия

5

ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ В ОФИСЕ



2

Объём и ассортимент
предложения

0

Входящий поток

1



3

Лояльность
застройщиков к АН

3

Число риэлторов,
продающих новостройки

2

Лояльность клиентов к АН

3

Конверсия

2



13

Лояльность риэлторов
к застройщикам

2

СОФИНАНСИРОВАНИЕ РИЭЛТОРСКИХ МЕТОДОВ РЕКЛАМЫ

\$ 3

🕒 1

🔍 12

Объём и ассортимент предложения

0

Лояльность застройщиков к АН

2

Лояльность клиентов к АН

0

Лояльность риэлторов к застройщикам

0

Входящий поток

5

Число риэлторов, продающих новостройки

5

Конверсия

0

РЕГЛАМЕНТ 12/24 ПО ЗАЯВКАМ

\$ 3

🕒 3

🔍 13

Объём и ассортимент
предложения

0

Лояльность
застройщиков к АН

3

Лояльность клиентов к АН

5

Лояльность риэлторов
к застройщикам

0

Входящий поток

0

Число риэлторов,
продающих новостройки

0

Конверсия

5

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ ЗАСТРОЙЩИКА

\$ 3

Объём и ассортимент
предложения

3

Входящий поток

4

🕒 4

Лояльность
застройщиков к АН

5

Число риэлторов,
продающих новостройки

1

Лояльность клиентов к АН

4

Конверсия

0

🔍 17

Лояльность риэлторов
к застройщикам

0

ДЕМОНСТРАЦИОННЫЕ КВАРТИРЫ



2



5



19

Объём и ассортимент предложения

0

Лояльность застройщиков к АН

3

Лояльность клиентов к АН

0

Лояльность риэлторов к застройщикам

4

Входящий поток

3

Число риэлторов, продающих новостройки

5

Конверсия

4

МАТРИЦА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Инструменты	Степень инструмента, 0-5 баллов	Временные затраты и затраты на деньги, 0-5 баллов	Цели и влияние инструмента на цель, 0-5 баллов							Итого
			Объем и ассортимент продаж	Лояльность застройщика к АИ	Лояльность клиентов (готовность платить больше, количество чек-ов АИ)	Лояльность риэлтора к застройщику	Эквивалентный	Частота работ, проведение мероприятий	Коммерция	
Обучающе-развивающие мероприятия для риэлторов: - экскурсии, презентации, обучающие туры, семинары, мастер-классы и т.д. - Онлайн-тренинги: повышение процесса обучения и обмена знаниями, чтобы не потерять навыки и компетенции риэлтора.	2	5	0	3	0	4	3	5	4	19
Совместные активности: с привлечением третьих сторон: - круглые столы, обсуждение динамики и трендов, стратегические сессии на предмет интеграции планирования продаж, презентации внутренних продуктов, выездные игры, тематические мероприятия, и т.д.	2	3	0	5	2	3	0	2	0	12
Networking: - встречи, переговоры, деловые обеды, личные поздравления, участие в значимых для них мероприятиях, на профильных для строительства конференциях, выставках, форумах. - Оценка уровня директоров, дилеров - уровень заместителей, маркетинговых руководителей отделов продаж.	1	5	5	5	0	0	0	0	0	10
Аналитическая поддержка: - предоставление данных по рынку, структуре спроса, структуре предложения, структуре аудитории потока, как во время реализации проекта, так и на стадии проектирования.	1	3	0	5	0	0	0	0	0	5
Специальные инструменты: - "Заслуженные скидки" по объектам со сроком сдачи не позднее 1 года. - Скидка "Юль-Юль" при покупке недвижимости через АИ, выделено погрешности в приобретении при покупке заранее на продажу. - "Бонусы". - Эксклюзивные программы с банками - застройщик компенсирует процентную ставку при покупке через дилера. - ипотечные консультации. - Препарационный банк по ипотеке.	4	2	3	4	4	3	5	2	5	26
Рекламный ко-брендинг: - объединение усилий нескольких сторон для достижения совместных результатов, совместные рекламные и PR активности, совместная реализация плана по продажам.	5	2	3	4	5	4	5	1	2	24
Бренд-менеджер застройщика: - управляет продажами застройщика в АИ (цель - доля продаж в структуре сделок застройщика). Функции: - обеспечивает коммуникацию между застройщиком и риэлторами. - оценивает все бюджеты, которые могут быть представлены совместно сдвкам. - инициирует совместные активности. - анализирует рынок в продажах объектов застройщика. - анализирует показатели по работе продаж. - инициирует работу отдела маркетинга и продаж. - обеспечивает обучение риэлторов, формирует базу знаний. - базирует каждую сделку, документирует ее, предоставляет интересы риэлтору у застройщика. - подбор и бронирование объектов в офисе компании.	4	3	1	5	3	0	1	4	4	23
Мотивационные механизмы: - мотивация персонала на договоры с застройщиком и подписанием; - доп. мотивация на реализацию объектов конкретного застройщика. - дополнительные зарплаты риэлторам, не дожидаясь поступления от застройщика.	4	3	5	3	0	2	0	5	3	18
Единое коммисионное вознаграждение для всех застройщиков. Создано по единым условиям.	2	2	0	5	2	0	0	0	0	7
Учебные для новичков: - начинать обучение продажам новичков сразу с застройщиком, т.е. их продавать быстрее и легче, наименьшие затраты на деньги в первый месяц, зарплата, обучение, рост и т.д.	0	2	0	0	0	3	3	5	3	14
Эксклюзивные скидки и преференции: - предоставление скидки застройщикам при покупке квартиры (предоплаченный объект с эксклюзивной ценой), скидки на квартиру (можно даже в отрыве от конкретного застройщика), эксклюзивные предложения; - эксклюзивные сертификаты для конкретных риэлторов по предоставлению скидки на объект своей компании.	0	3	0	0	5	5	5	2	5	22
Представленность в офисе: - именные стикеры застройщикам - флажки для риэлторов - информационные буклеты - рассылки риэлторам по продвижению "с триго без контактов застройщика"	2	3	0	3	3	2	1	2	2	13
Совместное проведение мероприятий методов реализации: - конференция по работе в поле, где застройщик не участвует, развлекать, общаться, выгрузить информацию.	3	1	0	2	0	0	5	5	0	12
Регламент 12/24 по звонкам: - регулярный оперативный контроль обработки заявок, привлечение компаний. В течение 12 ч риэлтор должен связаться с клиентом, а в течение 24 ч обработать первую заявку и обработать по всем регламентам. По прошествии суток специалист КЦ прозванивает клиента и уточняет по ситуации.	3	3	0	3	5	0	0	0	5	13
Актуальность и качество представлений застройщика на сайте АИ: - обновлять сайт застройщика - актуальная информация, качественный контент, корректные данные об объектах. - демонстрация сценариев продаж в Таунхаус	3	4	3	3	4	0	4	1	0	17
Демонстрационные квартиры: с ремонтом и мебелью у застройщика с большим объемом предложения. - делать фотографии уютных квартир у застройщика, делать ремонт, обновлять мебель, использовать в качестве демонстрационных квартир, в целом - продавать.	5	2	1	5	1	4	2	4	5	22

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Габдульманов Марсель Вилевич
директор департамента маркетинга

+7 (922) 001-00-50

m.v.gabdulmanov@etagi.com