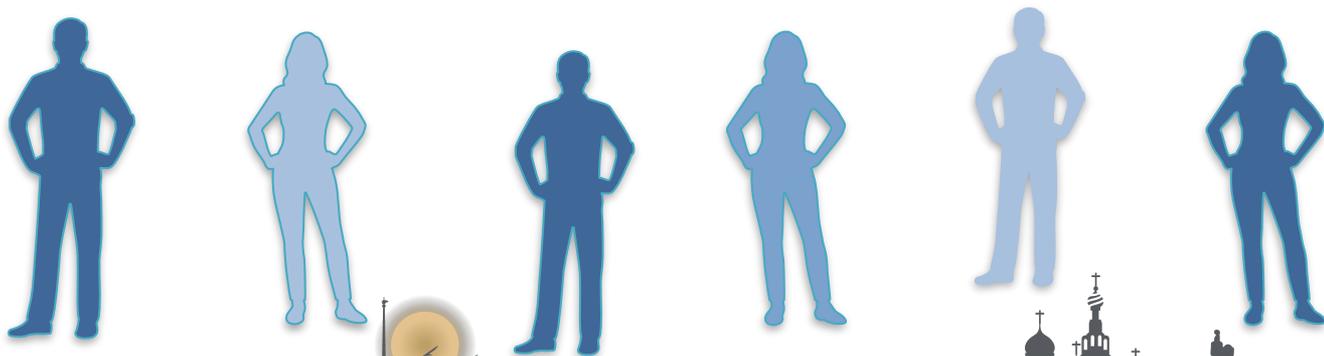


Сарафанный маркетинг семейного риэлтора

Где брать клиентов,
как их удерживать и
рекламировать услуги



Сарафанный маркетинг=
сарафанное радио c2c
+
запущенный и управляемый Вами процесс
b2c2c

Основа технологии- психология человека: доверять
советам друзей и знакомых о товарах и услугах



4 правила сарафанного маркетинга:

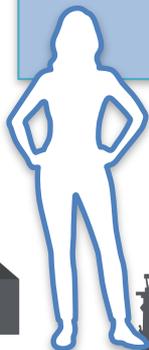
1. Будь интересным: дай людям повод говорить о тебе.
2. Будь проще: найди максимально простой инфоповод и запусти волну разговоров о нем.
3. Делай людей счастливыми: результаты труда должны волновать и побуждать говорить о них
4. Заработай доверие и уважение: всё, что ты делаешь - должно быть этичным



БИЗНЕС ЦЕЛИ И РЕЗУЛЬТАТЫ « САРАФАННОГО МАРКЕТИНГА »

Решает задачи:

- дополняет и делает всеобъемлющей маркетинговую поддержку
- пилотное тестирование среди ЦА (новые услуги: брокеридж, юридические, коммерческие, проекты)
- рассказать о новых предложениях, дать возможность лично оценить (брокер- тур, день открытых дверей)
- инициировать заказ услуги/ покупки
- запустить сарафанное радио о бренде среди ЦА
- проинформировать о новых услугах и новых предложениях « теперь и Аренда/ Межгород/Стройка»
- повысить узнаваемость бренда
- повысить доверие к бренду



МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС

7-11
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ



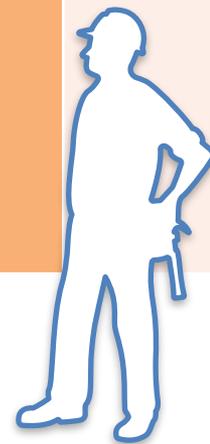
Элементы сарафанного маркетинга (часть 1)

Этапы	Что делать	Пример	Мой план
Агенты влияния	Найди кто будет говорить о тебе	Клиенты Фанаты Блогеры Влиятельные люди	
Темы для разговора	Дай повод для обсуждения	-спецпредложение -отличное обслуживание - крутой продукт - глупость - прикольная реклама - новая фишка	
Инструменты	Помоги распространить сообщение быстрее, дальше, больше	-кнопка « поделиться» - сообщения в мессенджерах - блог / страницы - письма / раздатка	



Элементы сарафанного маркетинга (часть 2)

Этапы	Что делать	Пример	Мой план
Участие	Вступай в разговор	<ul style="list-style-type: none">- реагируй на отзывы- присоединяйся к обсуждениям- Будь на виду	
Отслеживание	<ul style="list-style-type: none">- собери всю инфо- считай- анализируй- понимай- делай вывод- действуй	<ul style="list-style-type: none">- Читай блоги- присутствуй в группах- слушай обратную связь- будь в разговорах- считай показатели	



АГЕНТЫ ВЛИЯНИЯ

рабочая таблица

О чём надо рассказать _____

До кого надо достучаться _____

Агенты влияния	A1	A2	A3
Кто это			
С кем взаимодействует			
Есть ли свой круг влияния/ какой			
Где проявляет активность			
Их тема в нашем плане			
Как с ними связываемся			
Как им помогаем			
Как их контролируем и поощряем			



КРУГ ВЛИЯНИЯ ОДНОГО АГЕНТА

Родственники	Друзья	Внешние коммуникации	Служебные коммуникации
Семья	Френды в соцсетях	Соседи	Коллектив
Семья жены/ мужа	Фитнес-команды	Родители в классе/ в кружках	Смежники/ подрядчики
Дальние родственники	Клубы по интересам (хобби)	«Мамочки»	Участники конференций
Близкие друзья и их семьи	Друзья по путешествиям	Праздники/ вечеринки	Участники профсообществ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС

7-11
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ



ПЛАН КАМПАНИИ САРАФАННОГО МАРКЕТИНГА

рабочая таблица

Шаг	Действия	Мой план
Формируем команду	Кто будет отвечать? Поощряем участие.	
Закладываем основы для сарафанного маркетинга	Инструменты для распространения. Усилители.	
Слушаем	Ежедневно ищем разговоры Отслеживаем активности ключевых агентов влияния	
Говорим сами	Участвуем в обсуждениях Блог / активности в жизни	
Делаем много мелких проектов	Один проект в неделю	

МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС

7-11
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ



ГОЛУБЕВА ЛЮБОВЬ

- Президент Серпуховской гильдии риэлторов
- Руководитель «Городского агентства недвижимости»
- Серпухов
- 8(926)5775549
- www.hgrant.ru
- #любанедвижимость



МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС

7-11
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ



**МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС**

**7-11
ОКТЯБРЯ**

СПБКОНГРЕСС.РФ

