

Конференция

«Информационные ресурсы и технологии на рынке недвижимости»

Сессия № 2. «Профессиональные инструменты бизнеса»

# «Прикладные инструменты для увеличения потока клиентов»

НАГИЕВА ВАЛЕНТИНА

Ген.директор WWW.BSN.RU

29.09.15, г. Санкт-Петербург

1. Тренды интернет-маркетинга-2016
2. Основные показатели, на которые ориентируется рынок недвижимости при выборе площадки.
3. Лиды: звонки, заявки. Как они генерируются и их дальнейшая судьба.
4. Сервисы, которые увеличат поток клиентов
5. Ошибки и просчеты в работе компаний. Рекомендации

# Тренды интернет-маркетинга-2016

- 1. Мультиканальность - наше все
- 2. Контент-маркетинг
- 3. Оптимизация под мобильные устройства
- 4. Видеоконтент как часть маркетинговой стратегии
- 5. Заметное увеличение роли аналитики



## Основные показатели, на которые ориентируется рынок недвижимости при выборе площадки

- Стоимость перехода на сайт клиента – CPC
- % отказов, время и глубина
- Достижение целей-KPI (планировки, контакты, открыть телефон и др.)
- Количество звонков/заявок с сайта- ЛИД
- Стоимость звонка CPA
- Стоимость приведенного клиента CPL



## ЛИДЫ:

### Преимущества оплаты за лиды:

- Возможность точного анализа эффективности вложений
- Снижение стоимости “горячего” контакта
- Сокращение издержек на “холодные” поиски клиентов



## ПРОБЛЕМЫ для компании:

- Не спрашивают о рекламном источнике
- Не спрашивают данные клиента
- Спрашивают, предлагая СВОИ варианты площадок
- Не умеют и не хотят(!) продать
- Не берут трубку
- Не отвечают в указанное время работы
- Не перезванивают
- Не владеют информацией о своем объекте
- Не знают площадки, на которых размещена их реклама -вплоть до путаницы в названиях ресурсов
- Большая цепочка у звонка-потеря времени и клиента

## Лиды: ЗВОНКИ

### Следствие:

- потеря клиента,
- увеличение стоимости привлечения клиента в компанию,
- недовольство работой рекламной площадки и т.д.

### ПРОБЛЕМЫ для площадки:

- Клиент не получает ожидаемого сервиса
- Клиент не дозванивается. Площадка не получает ЛИД.

### Решение проблемы:

- Подключение cool-трекинга



## Лиды: заявки.

### ПРОБЛЕМЫ для компании:

- Не обрабатываю заявки
- Не проверяют почту
- Отдел рекламы не уведомляет отдел продаж о имеющемся сервисе
- Единый рекламный телефон cool-центра и отсутствие почтового сервиса.

### ПРОБЛЕМЫ для площадки:

- Клиент не получает ожидаемого сервиса
- Компания недовольна работой площадки-нет клиентов (!)

\* Август 2016 – на bsn.ru не взято в работу 70 % заявок!  
35 % взяты в работу после дополнительного звонка  
персонального менеджера

Каталог недвижимости | Аналитика | Новости | Сервисы | **новое** Заявки | Акции и скидки

Главная > Заявки на объекты

**Заявки** ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ

На этой странице вы можете оставить заявку по любому типу недвижимости и типу сделки. Агенства недвижимости и профессионалы рынка свяжутся с вами и предложат различные варианты. Вам останется только выбрать лучшее предложение. Постарайтесь описать свою потребность в комментарии к заявке, чтобы не было лишних вопросов и недопонимания. Ваши контактные данные скрыты от всех и доступны только тем компаниям или специалистам, которые взяли вашу заявку в работу.

Тип сделки:  Тип недвижимости:  [Сбросить фильтр](#)

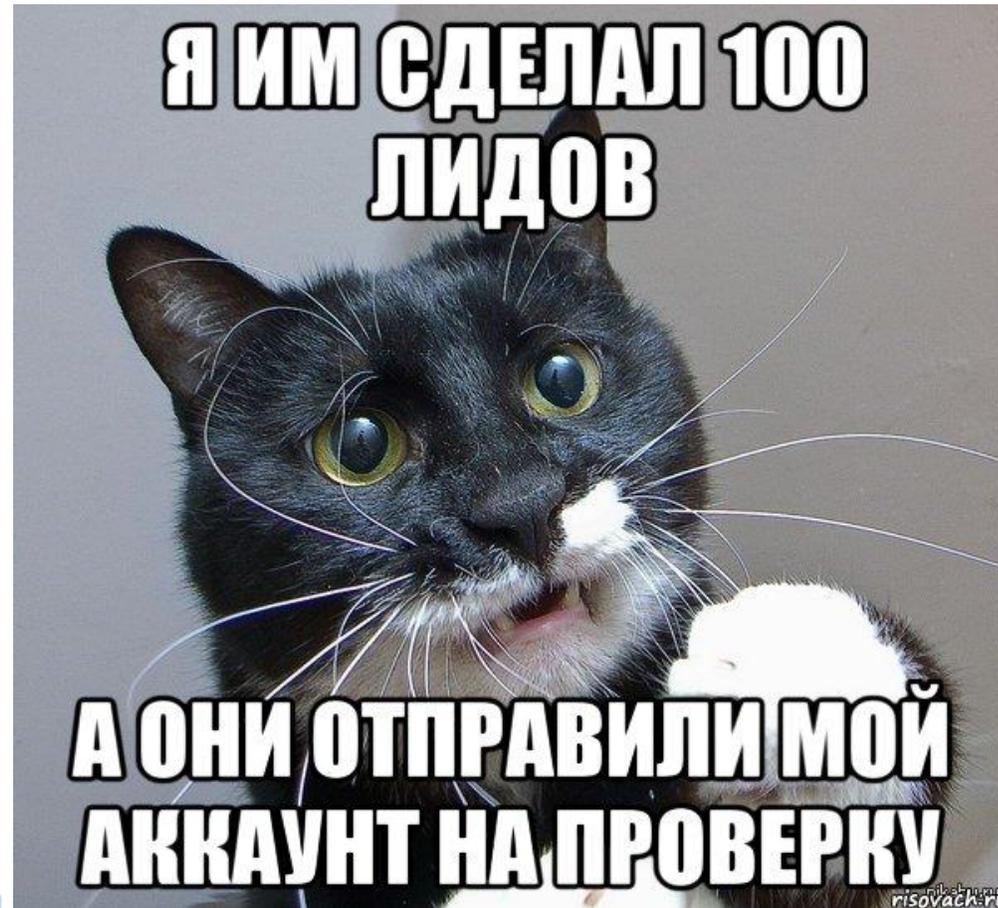
Найдено: 30 Показаны 1-10

ID	Дата	Контакт	Тип заявки
1059	29 Сентября 20:19	8 (921) 906 XX XX Людмила	Комната <a href="#">Покупка</a> <a href="#">Смотреть объект</a> Жилая недвижимость
1058	29 Сентября 20:19	8 (921) 906 XX XX Людмила	Комната <a href="#">Покупка</a> <a href="#">Смотреть объект</a> Жилая недвижимость
1055	29 Сентября 17:57	8 (921) 903 XX XX XXX@mail.ru	Участок <a href="#">Покупка</a> <a href="#">Смотреть объект</a>

# Вы можете прожить и без ЛИДОВ

НО....

- Менее счастливо
- И
- Менее эффективно



## Сервисы, которые увеличат поток клиентов

- Сервис «Заявки»
- Сервис: «Звонки»
- Виртуальный офис компании
- Выделенная карточка ЖК
- Таргетированная реклама

## Вторичная недвижимость(квартиры/комнаты)

- 63 997 сделок , т.е. 10 666 в среднем в месяц

## К-во зарегистрированных договоров участия в долевом строительстве:

- 47 480 договоров, т.е. 7 913 в среднем в месяц

ИТОГО: 18 500 сделок в месяц!

На более ,чем ... ресурсов и ... компаний!

\* По данным Управления Росреестра по Санкт-Петербургу, за первое полугодие 2016 в СПб и ЛО



- Сужаем выбор источников- сужаем конверсию в продажах
- Покупаем медийную рекламу- требуем звонки
- Не готовы выгружать базу данных-ожидаем звонки/продажи
- Передаем полномочия посредникам-получаем формализованные отчеты, не учитывая задачи компании
- РОП-не заинтересованы в COOL-трекинге- зеркало работы
- **РЕКОМЕНДАЦИИ:** расширяем сознание, учитываем тренды интернет-маркетинга, прислушиваемся к профессионалам



## ВЫВОДЫ:

1. Учитываем тренды интернет-рекламы ( лиды, контент-маркетинг и пр.)
2. Специализированные площадки тратят огромные средства для приведения целевой аудитории ( кроме bot-трафика)
3. Реклама на интернет-площадках стоит не всегда больших денег.
4. Лид может быть эффективным только при эффективной работе обеих сторон

# Подарок участникам Конгресса

Зарегистрируйся на BSN.RU

Получи 500 руб. на счет в личном кабинете

Промокод : ЖК-2016

