

# ПРОДУКТОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЕКТОВ КАК ЧАСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ЗАСТРОЙЩИКА

Кукушкина Наталья,  
Главный специалист по маркетингу  
группы маркетинга,  
Группа ЦДС

# СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА

## ЗАДАЧА

- ▲ Увеличение присутствия на рынке
- ▲ Рост объёма продаж

## РЕШЕНИЕ

- ▲ Освоение новых участков под застройку
- ▲ Увеличение портфеля проектов, в том числе за счёт присутствия в разных ценовых сегментах



# СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА

## ЗАДАЧА

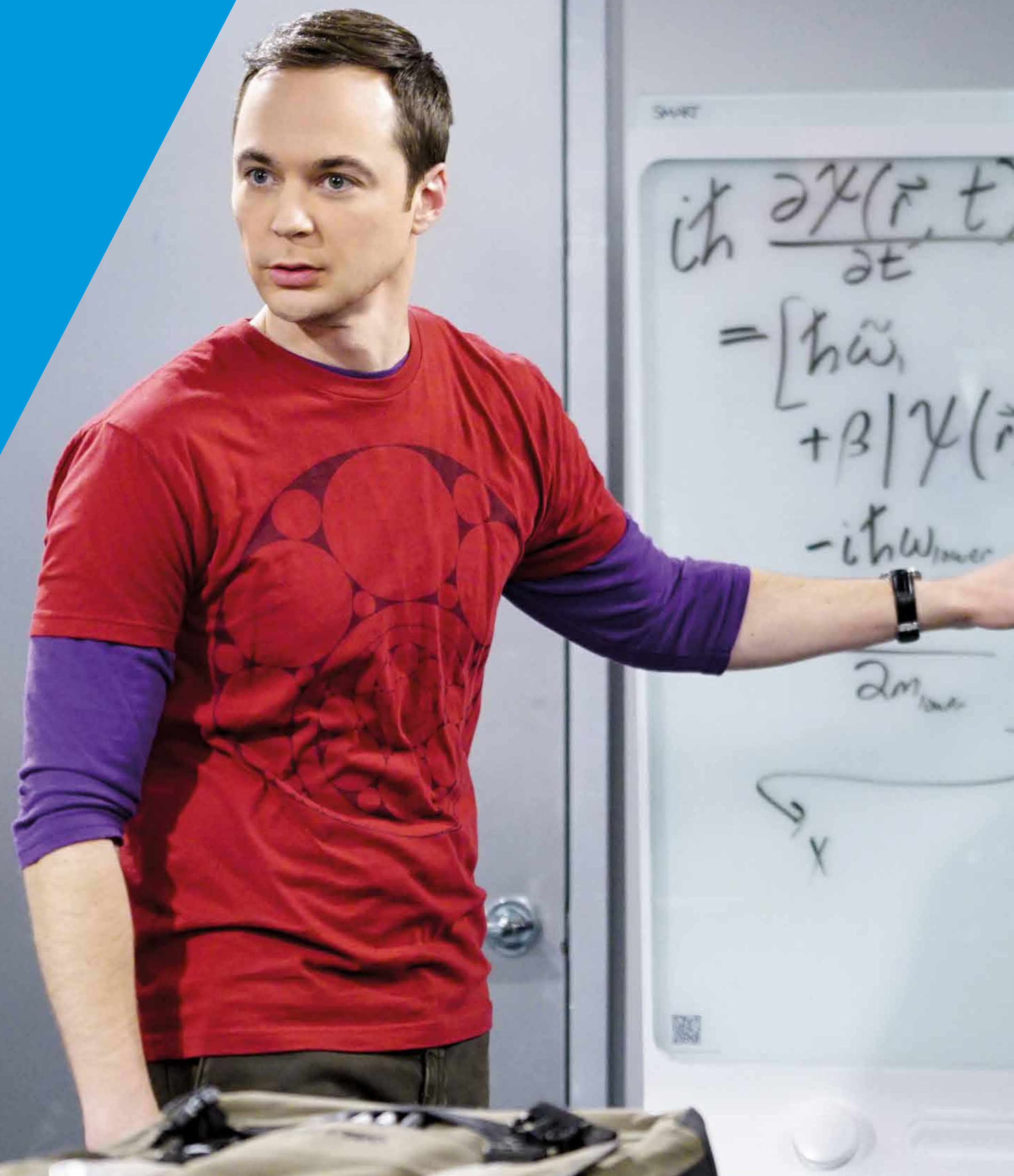
Рост цены реализации и увеличение прибыли компании

Позиционирование бренда

## РЕШЕНИЕ

Повышение потребительских качеств и ценности продукта компании

Повышение информированности потребителей о продукте компании и его ценности



ЧТО ТАКОЕ  
ПРОДУКТ ЗАСТРОЙЩИКА?

**ЧТО МЫ ПРОДАЁМ?**

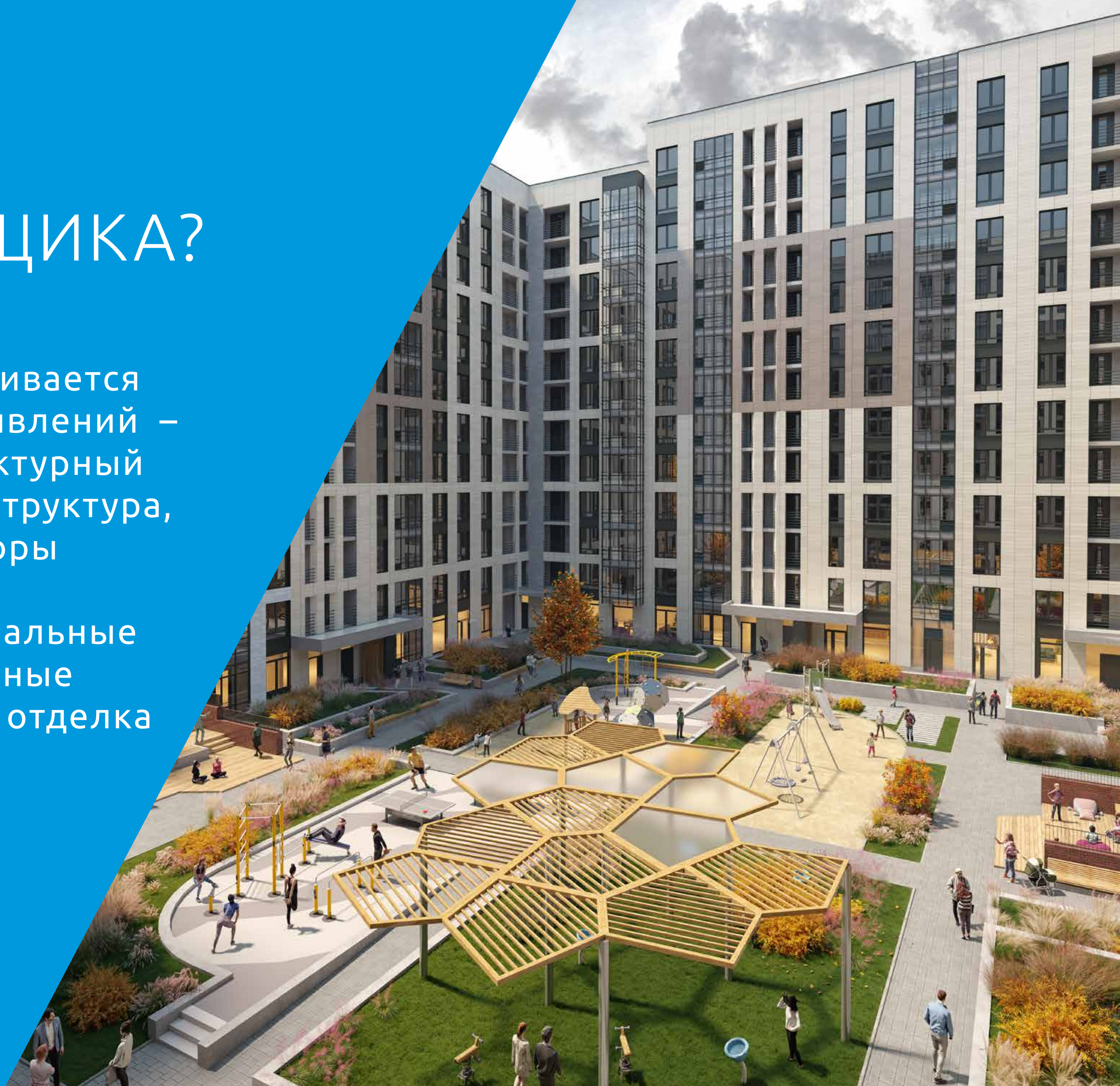
**НЕ ПРОСТО  
КВАДРАТНЫЕ  
МЕТРЫ,  
А ОБРАЗ ЖИЗНИ!**



# ЧТО ТАКОЕ ПРОДУКТ ЗАСТРОЙЩИКА?

Продукт застройщика не ограничивается квартирой. Это целый комплекс явлений – локация, посадка зданий, архитектурный облик домов, социальная инфраструктура, благоустройство, безопасные дворы и входные группы, прогулочные пространства, удобные функциональные квартиры, современные инженерные решения, качественная и модная отделка и т.д.

Повышение стоимости продаж невозможно с устаревшим продуктом



# ДЛИННЫЕ ТРЕНДЫ

- Доступность ипотеки приводит к тому, что потребители готовы платить больше за более современный и удобный продукт, независимо от класса жилья и общего бюджета покупки
- Покупатель молодеет, становится более информированным и требовательным. Интернет и социальные сети позволяют обмениваться информацией по горизонтали, а не только по каналу застройщик-покупатель



# ДЛИННЫЕ ТРЕНДЫ

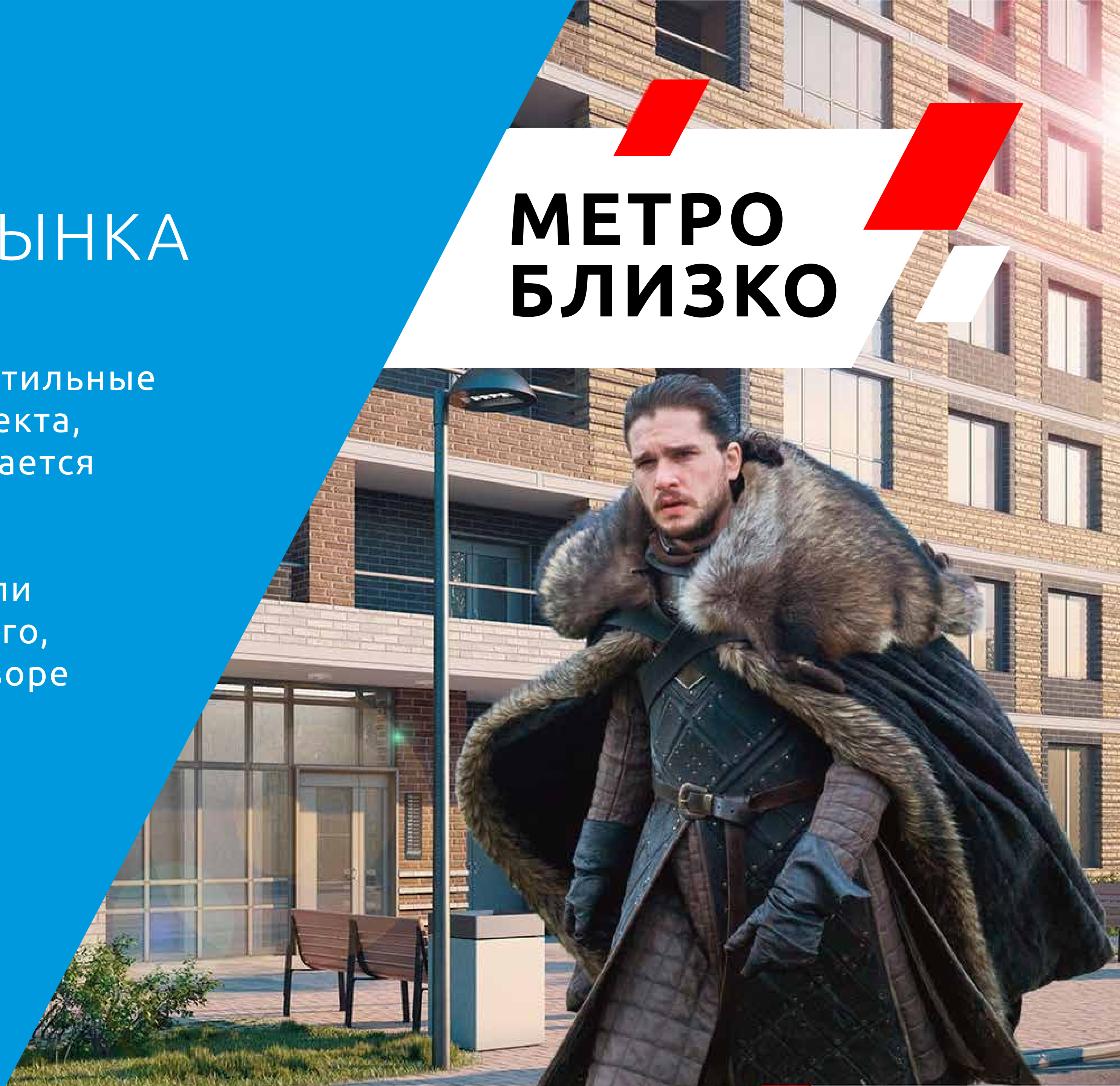
- /// Как следствие – устаревания понятий классов жилья, размытость границ, диффузия продуктовых свойств
- /// Устойчивый тренд последних лет – мощная работа над продуктом со стороны крупнейших застройщиков
- /// Это не вопрос более дорогих решений (например, золотых унитазов или терракотовых фасадов), а именно более продуманных решений, ориентированных на потребителя



# ИНСТАГРАМ КАК ТАЙНАЯ РУКА РЫНКА

**МЕТРО  
БЛИЗКО**

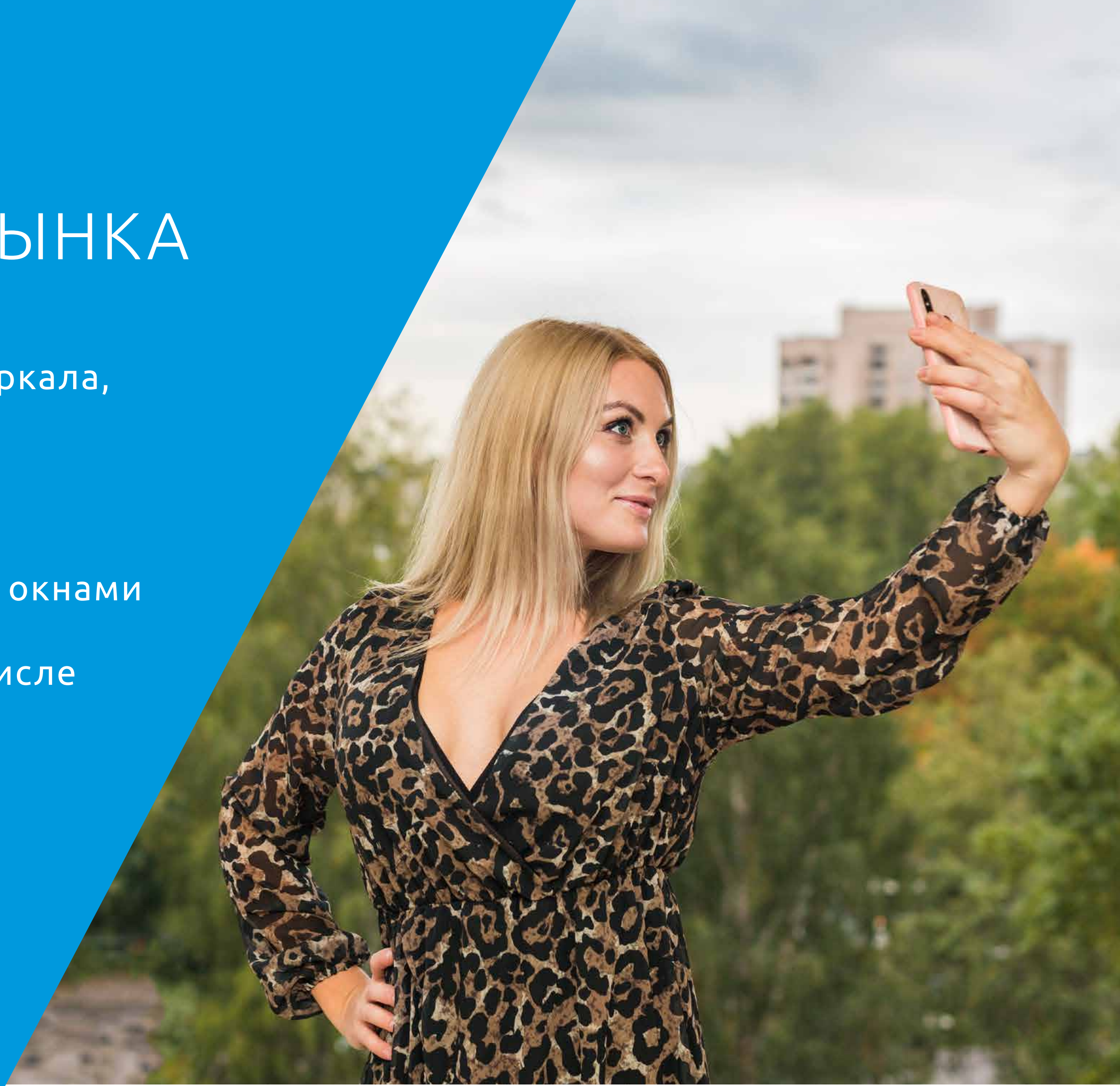
- /// Всё большее значение имеют тактильные и визуальные составляющие проекта, с которыми потребитель сталкивается ежедневно и фотографирует их:
- /// Благоустройство во дворах. Гуляли в Новой Голландии, Парке Горького, хотим теперь такое же себе во дворе





# ИНСТАГРАМ КАК ТАЙНАЯ РУКА РЫНКА

- /// Дизайн входных групп. Нужны зеркала, красивые полы и стены, простор для хороших селфи
- /// Планировки квартир, в том числе большие кухни-гостиные с двумя окнами
- /// Модная отделка квартир, в том числе на балконах



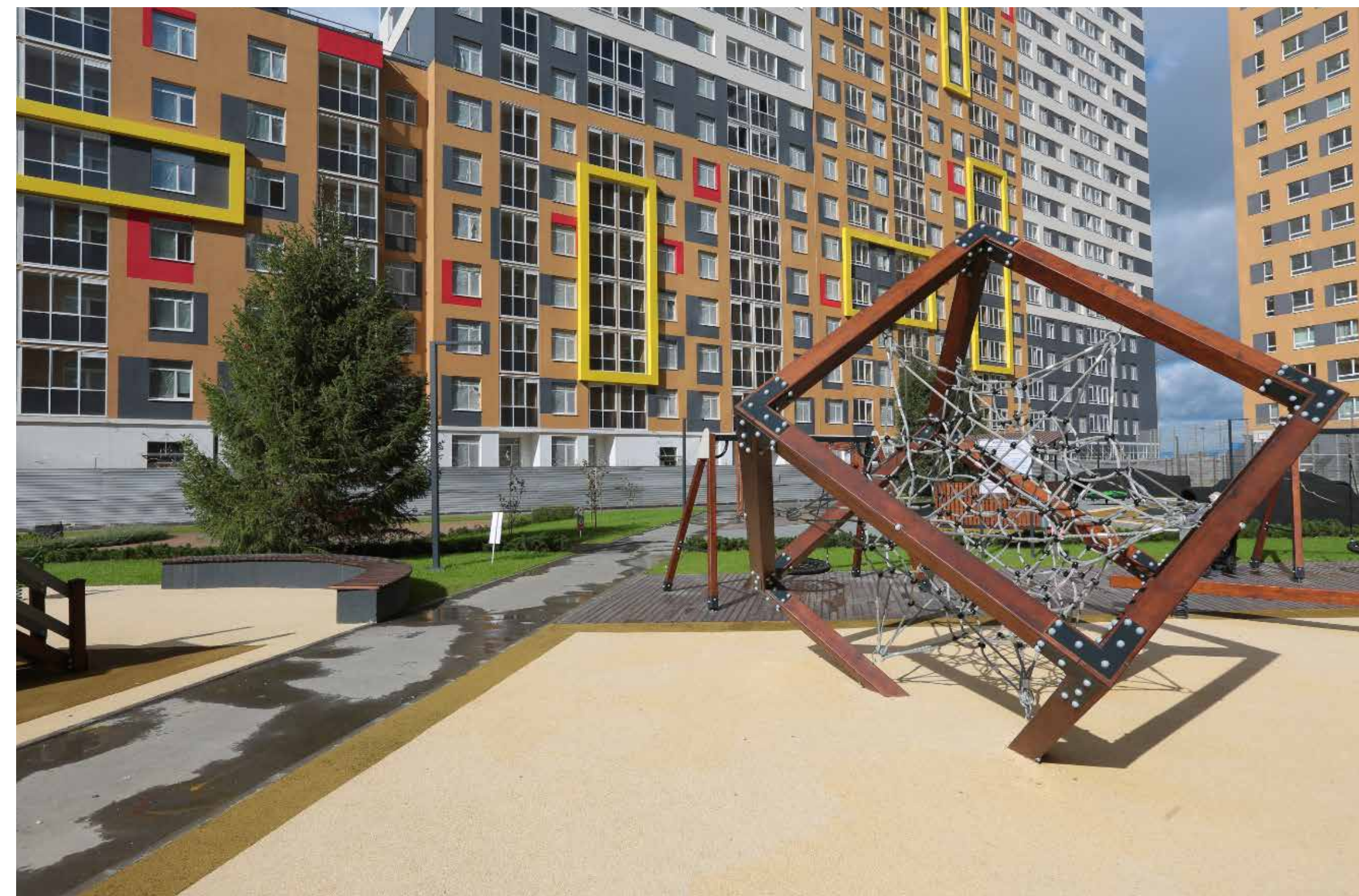
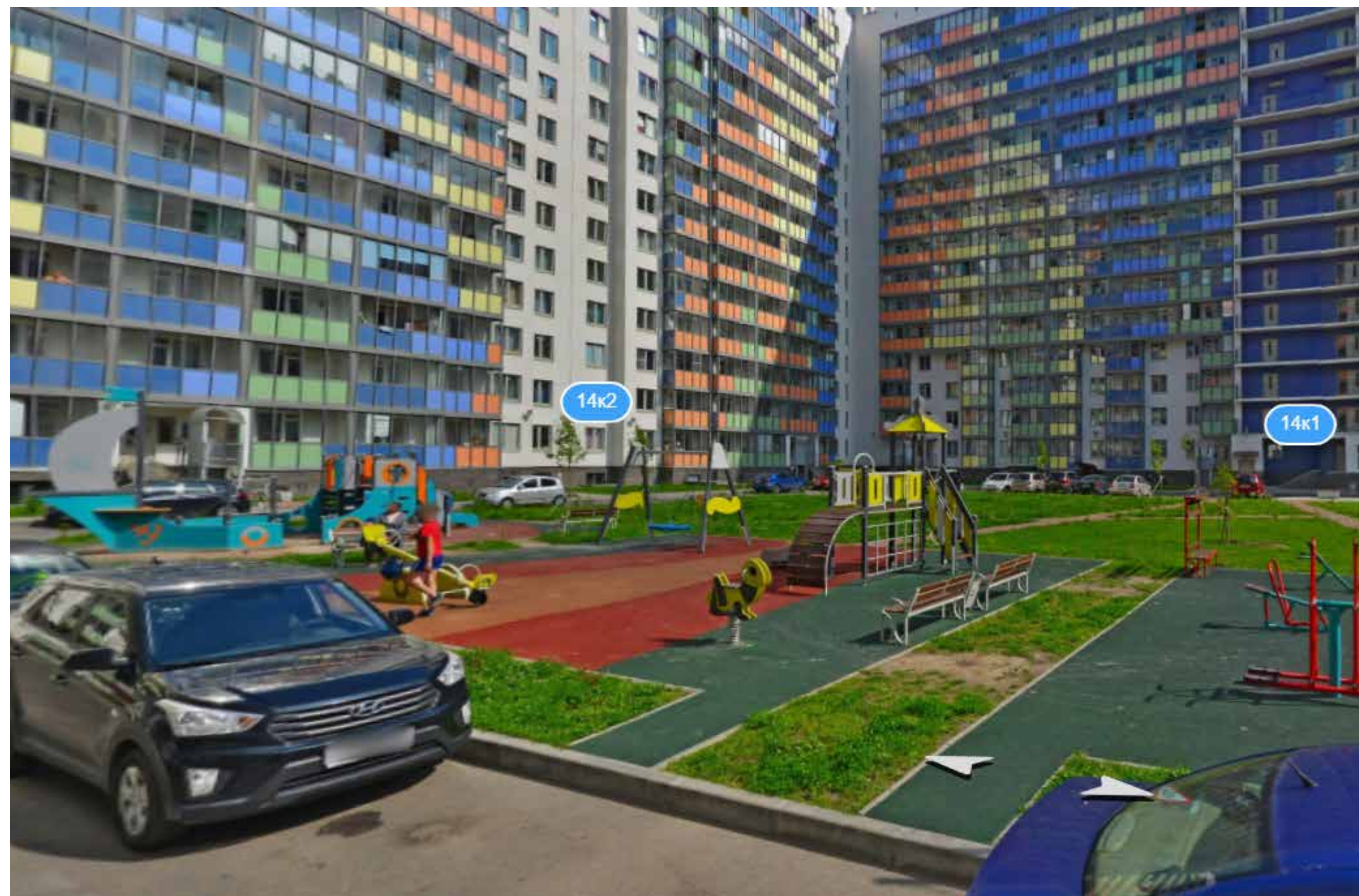
А ТЕПЕРЬ  
СЛАЙДЫ



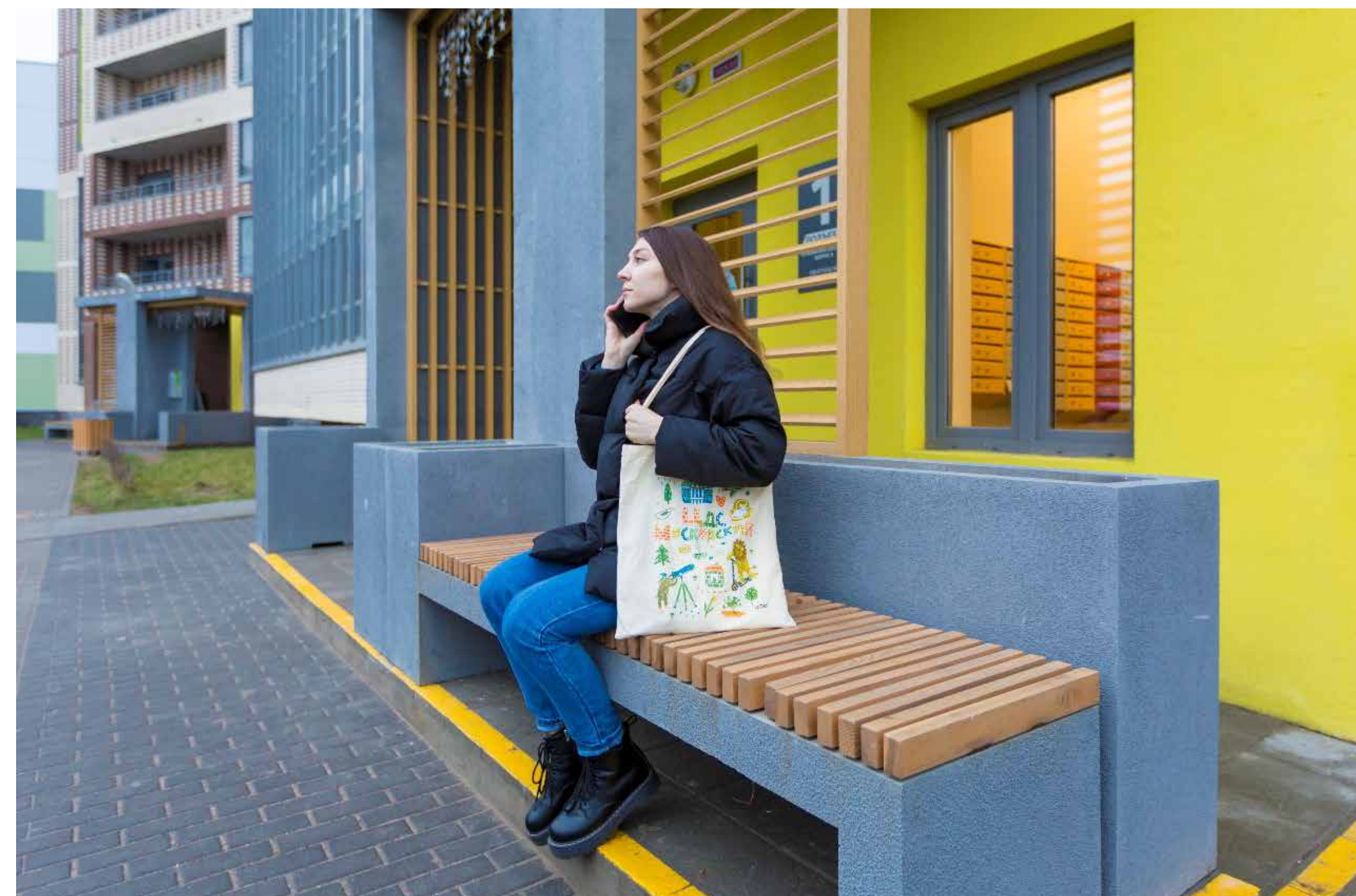
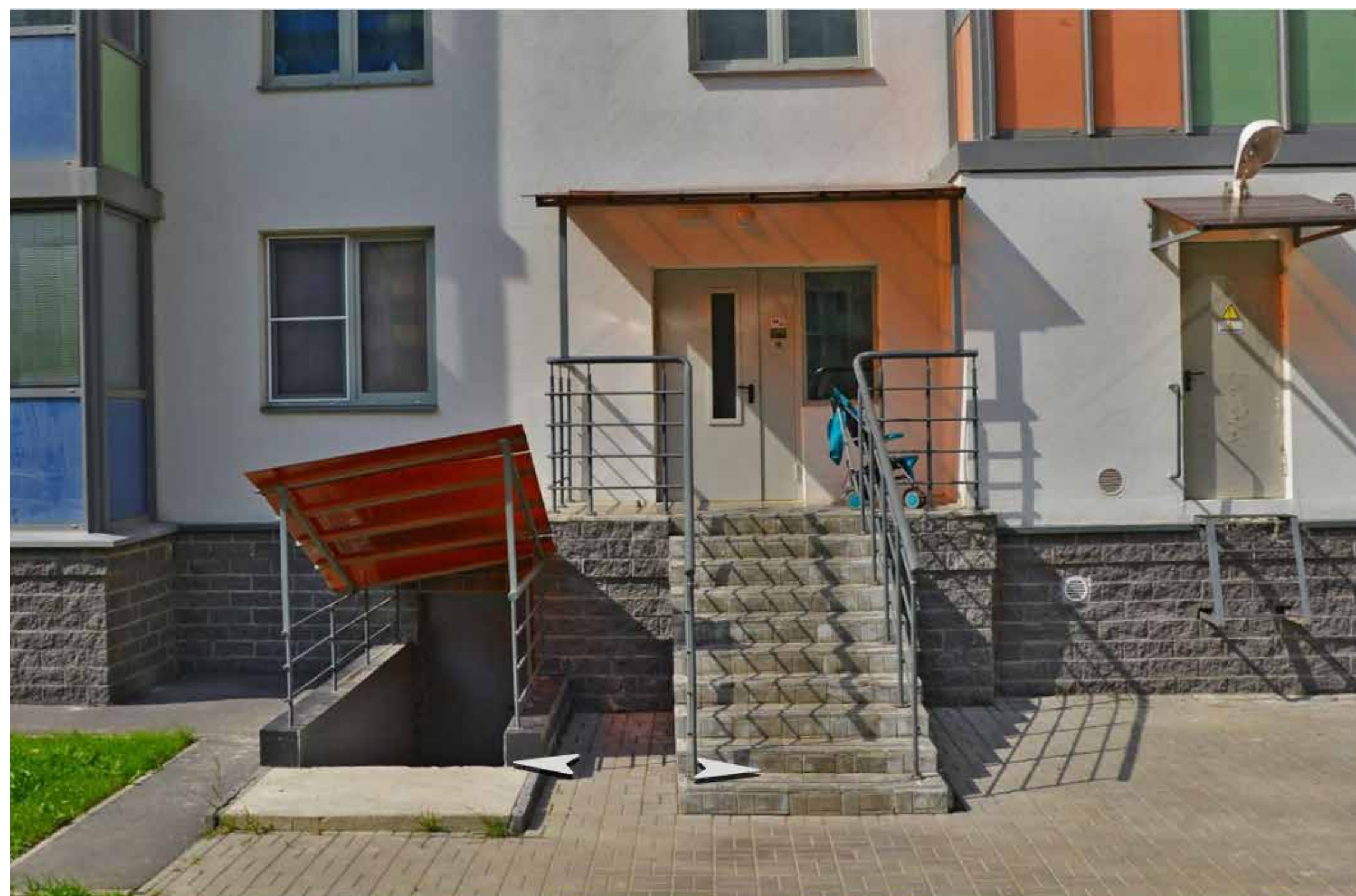
# ДВОРЫ БЕЗ МАШИН: ЧЕЛОВЕК ЕСТЬ МЕРА ВСЕХ ВЕЩЕЙ



# ДЕТСКИЕ ПЛОЩАДКИ: ОСЯЗАЕМЫЙ ПРОГРЕСС



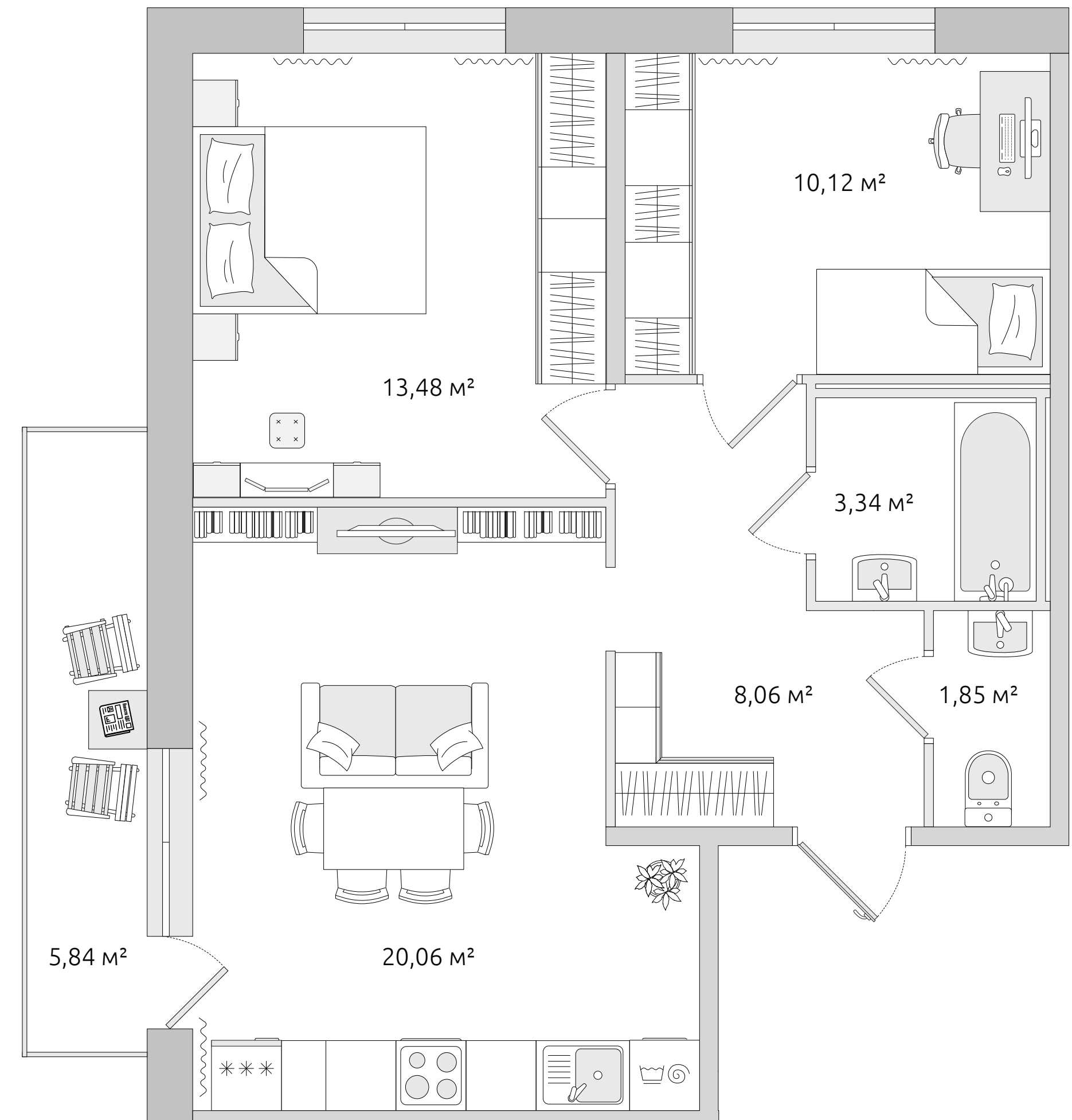
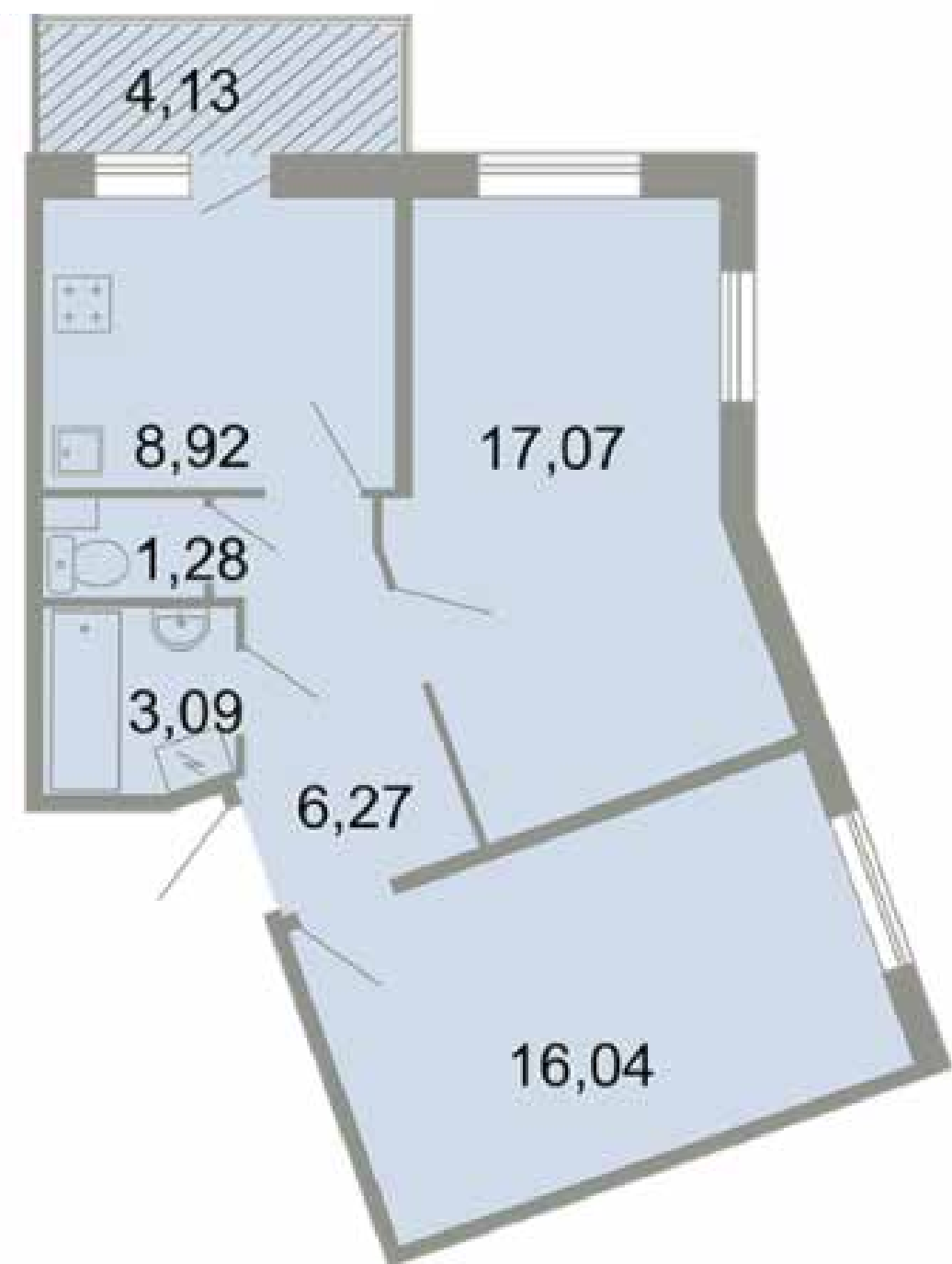
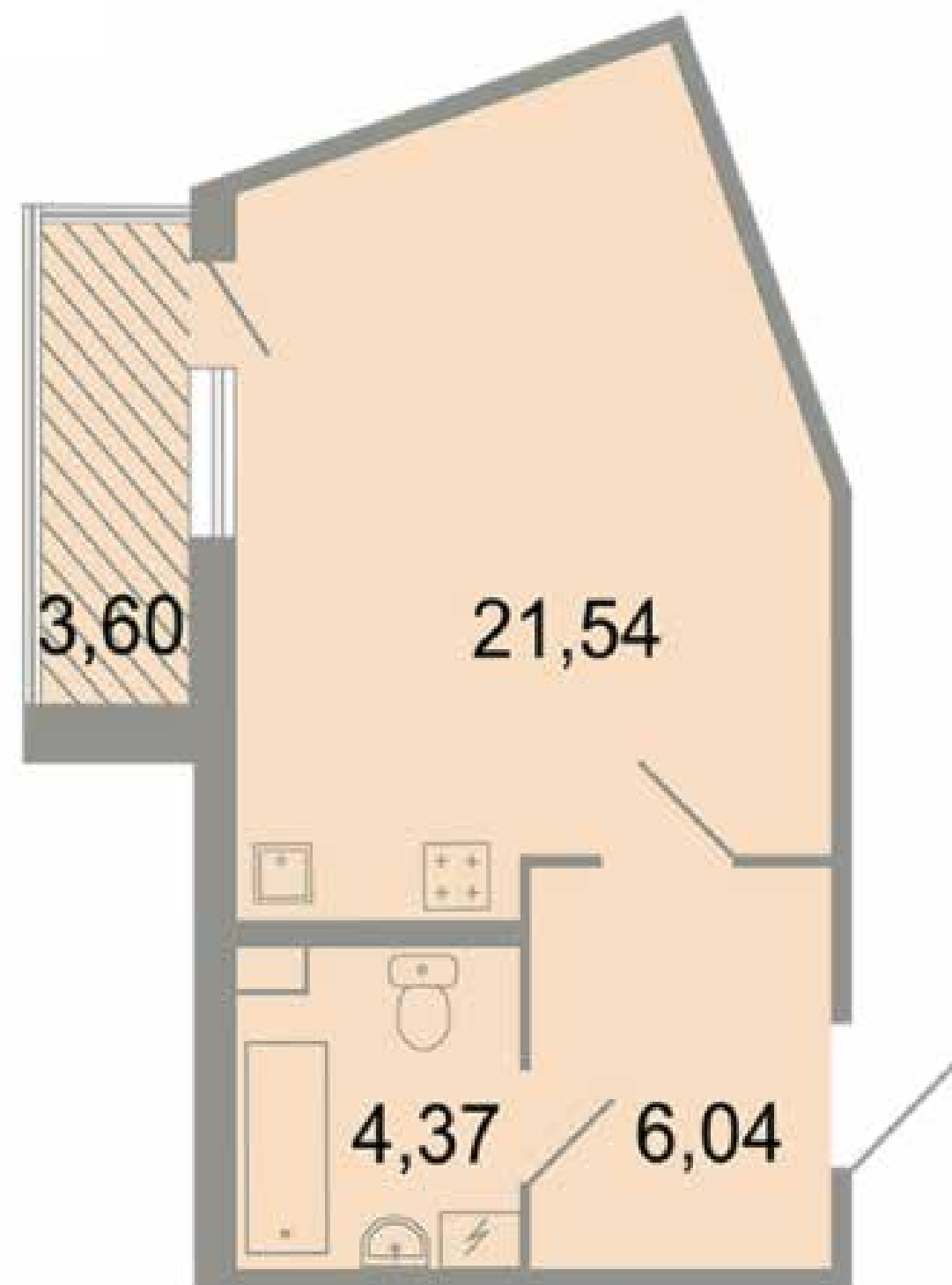
# ВХОДНЫЕ ГРУППЫ: ЧЕРЕЗ ТЕРНИИ К ЗВЁЗДАМ



# ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА СФОТКАЙ МЕНЯ, КАК БУДТО Я В АМСТЕРДАМЕ



# РАБОТА С ПЛАНИРОВКАМИ: МЕНЬШЕ НЕ ЗНАЧИТ ХУЖЕ



# ОТДЕЛКА КВАРТИР: ЗАДАЁМ ТРЕНДЫ





**СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ!**