

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ В СЕГМЕНТЕ НОВОГО СТРОИТЕЛЬСТВА.

**ТЕХНОЛОГИИ АГЕНТСКОЙ РАБОТЫ НА ПРИМЕРЕ
ПРИМОРСКОГО, ПЕТРОГРАДСКОГО РАЙОНОВ ПЕТЕРБУРГА
И ВСЕВОЛОЖСКОГО РАЙОНА ЛЕНОБЛАСТИ**

**ИРИНА БОГАЧЕВА
РУКОВОДИТЕЛЬ ГРУППЫ «НОВОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО»**

1. **ВЫСОКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ**
2. **ОТКРЫТОСТЬ И ДОСТУПНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ**
3. **ЦИФРОВИЗАЦИЯ**
4. **ВЫХОД НА РЫНОК КРУПНЫХ КОНКУРЕНТОВ В ЛИЦЕ БАНКОВ**
5. **СТАБИЛЬНОСТЬ РАБОТЫ БОЛЬШОГО КОЛИЧЕСТВА ЗАСТРОЙЩИКОВ И ИХ ОБШИРНАЯ РЕКЛАМА**
6. **ЗАЩИТА ДОЛЬЩИКОВ СО СТОРОНЫ ЗАКОНОДАТЕЛЯ**
7. **ФОРМИРОВАНИЕ МНЕНИЯ О НЕНУЖНОСТИ ПОСРЕДНИКА МЕЖДУ КЛИЕНТОМ И ЗАСТРОЙЩИКОМ, КЛИЕНТОМ И БАНКОМ**

КАК СЛЕДСТВИЕ:

1. **ОТТОК КЛИЕНТОВ ПО НОВОСТРОЙКАМ ИЗ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ**
2. **БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО КЛИЕНТОВ, ПРИХОДЯЩИХ В АГЕНТСТВО, ПОЛУЧАЕТ КОНСУЛЬТАЦИИ И УХОДИТ К ЗАСТРОЙЩИКУ.**

- 1. ГДЕ БРАТЬ КЛИЕНТОВ?**
- 2. КАК НАРАБОТАТЬ КЛИЕНТСКУЮ БАЗУ?**
- 3. КАК ПРОДАВАТЬ БОЛЬШЕ?**



1. ПОДРОБНОЕ ЗНАНИЕ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК РАЙОНА
2. ПОДРОБНОЕ ЗНАНИЕ ЛОКАЦИЙ, В КОТОРЫХ РАСПОЛОЖЕНЫ ЖИЛЫЕ КОМПЛЕКСЫ
3. ЗНАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ КАЖДОГО ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА В РАЙОНЕ
4. ВЛАДЕНИЕ ПОЛНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ О ПЛАНИРОВКАХ И МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИИ КАЖДОЙ КВАРТИРЫ
5. ТОЧНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О СПОСОБАХ ПРИОБРЕТЕНИЯ КВАРТИРЫ ИЛИ КОММЕРЧЕСКОГО ПОМЕЩЕНИЯ В КАЖДОМ КОНКРЕТНОМ ЖИЛОМ КОМПЛЕКСЕ
6. НАИБОЛЕЕ ТОЧНАЯ ОЦЕНКА НЕДВИЖИМОСТИ, ПРОДАВАЕМОЙ ПО ПЕРЕУСТУПКАМ, С УЧЕТОМ ПОДРОБНОГО АНАЛИЗА ИМЕЮЩИХСЯ У АГЕНТА В ПРОДАЖЕ КВАРТИР В КОНКРЕТНОЙ ЛОКАЦИИ. ПОЛНОЕ ВЛАДЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ О СТОИМОСТИ И СРОКАХ ПРОДАЖИ.
7. ВЫБОР НАИБОЛЕЕ ТОЧНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ПРОДАЖИ

ИТОГ: ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ОКАЗАНИЯ РИЭЛТОРСКОЙ УСЛУГИ.

- ✓ **ОДНОРОДНОСТЬ ЗАСТРОЙКИ**
- ✓ **БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ, ОТНОСЯЩИХСЯ К ОДНОМУ СЕГМЕНТУ РЫНКА**
- ✓ **БЛИЗКОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ ПО ОТНОШЕНИЮ ДРУГ К ДРУГУ**
- ✓ **СХОЖИЕ ЦЕНОВЫЕ КАТЕГОРИИ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ**
- ✓ **РАЗНАЯ СТЕПЕНЬ ГОТОВНОСТИ ЖК**
- ✓ **ПОХОЖИЕ ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ГЕОГРАФИЧЕСКОГО РАСПОЛОЖЕНИЯ ЖК**
- ✓ **ОДНОРОДНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ**
- ✓ **БЛИЗОСТЬ К ОДИНАКОВЫМ ОБЪЕКТАМ ИНФРАСТРУКТУРЫ**
- ✓ **ИДЕНТИЧНОЕ ТРАНСПОРТНОЕ СООБЩЕНИЕ**



ОСОБЕННОСТИ ТЕРРИТОРИИ:

1. САМЫЙ БЮДЖЕТНЫЙ РАЙОН
2. ОДИН ИЗ САМЫХ ВОСТРЕБОВАННЫХ У ПОКУПАТЕЛЕЙ
3. ХОРОШАЯ ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ ПРИ НЕВЫСОКИХ ЦЕНАХ
4. БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО ОДНОРОДНЫХ ЖК

ОСОБЕННОСТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ЭТОМ РАЙОНЕ – ПРЕИМУЩЕСТВЕННО, ЭТО ЛЮДИ С НЕБОЛЬШИМ БЮДЖЕТОМ:

1. ИНВЕТОРЫ, НАКОПИВШИЕ НЕБОЛЬШУЮ СУММУ И ЖЕЛАЮЩИЕ ИНВЕСТИРОВАТЬ В НЕДВИЖИМОСТЬ
2. ПОКУПАТЕЛИ С ИПОТЕЧНЫМ КРЕДИТОМ И МАЛОЙ СУММОЙ СОБСТВЕННЫХ СРЕДСТВ
3. ПОКУПАТЕЛИ, ОСНОВНОЙ ЦЕЛЮ КОТОРЫХ ЯВЛЯЕТСЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТЕРИНСКОГО КАПИТАЛА ДЛЯ ПОКУПКИ НЕДВИЖИМОСТИ (КАК ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЙ ВЗНОС)
4. СОВСЕМ МОЛОДЫЕ ЛЮДИ, ПОКУПАЮЩИЕ СВОЮ ПЕРВУЮ КВАРТИРУ
5. РАЗЪЕЗД С НЕБОЛЬШИМ БЮДЖЕТОМ
6. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПОКУПАТЕЛИ



1. РЕКЛАМА КОНКРЕТНЫХ ИНТЕРЕСНЫХ ВАРИАНТОВ КВАРТИР В СОЦ.СЕТЯХ
2. АНОНСЫ ПРОДАЖ НОВЫХ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ, А ТАКЖЕ ВЫХОДА В ПРОДАЖУ НОВЫХ КОРПУСОВ В УЖЕ ПОСТРОЕННЫХ ЖК В СОЦ.СЕТЯХ
3. РАБОТА В ГРУППАХ КОНКРЕТНЫХ ЖК В СОЦ.СЕТЯХ (СО СПРОСОМ, А ТАКЖЕ С ПРЕДЛОЖЕНИЯМИ ОТ ИНВЕСТОРОВ ПО ПЕРЕУСТУПКАМ)
4. ХОЛОДНЫЕ ПРОЗВОНЫ ЧАСТНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ (ОСОБЕННО, ПО ПРОДАЖЕ БОЛЬШИХ КВАРТИР СО ВСТРЕЧНЫМИ ПОКУПКАМИ)
5. РАЗДАЧА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ И ВИЗИТОК У МЕТРО
6. НАЛАЖИВАНИЕ КОНТАКТА С РИЭЛТОРАМИ, НЕ РАБОТАЮЩИМИ С ОБЪЕКТАМИ НОВОГО СТРОИТЕЛЬСТВА



ОСОБЕННОСТИ ТЕРРИТОРИИ:

1. САМЫЙ РАЗНОБЮДЖЕТНЫЙ (ОТ ЭКОНОМ ДО БИЗНЕС+)
2. САМЫЙ ВОСТРЕБОВАННЫЙ У ПОКУПАТЕЛЕЙ
3. САМЫЙ МНОГОЧИСЛЕННЫЙ
4. САМЫЙ ЗАСТРАИВАЕМЫЙ
5. ОДИН ИЗ САМЫХ ЭКОЛОГИЧНЫХ
6. РАЙОН С БОЛЬШИМ КОЛИЧЕСТВОМ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ «ВНУТРИ СЕБЯ» (ЖИВУЩИХ В МНОГОЧИСЛЕННЫХ ДОМАХ СТАРОЙ ЗАСТРОЙКИ)
7. ВЫСОКИЙ ВНУТРЕННИЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЙОНА (РАБОТА ПО РАСШИРЕНИЮ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ)

ОСОБЕННОСТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ЭТОМ РАЙОНЕ:

1. ЛЮДИ БЛИЖЕ К СРЕДНЕМУ И СРЕДНЕГО КЛАССА
2. ЖЕЛАЮЩИЕ ИНВЕСТИРОВАТЬ В КАЧЕСТВЕННОЕ ЖИЛЬЕ
3. ПОКУПАТЕЛИ ЖИЛЬЯ ДЛЯ СЕБЯ И СВОЕЙ СЕМЬИ
4. ПОКУПАТЕЛИ С ИПОТЕКОЙ И РАЗМЕРОМ КРЕДИТА ОТ 2,5-8 МЛН РУБЛЕЙ



1. ВСЕ РАНЕЕ ПЕРЕЧИСЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МОГУТ ИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ И ЗДЕСЬ
2. НАЛАЖИВАНИЕ КОНТАКТА С ЛЮДЬМИ, РАБОТАЮЩИМИ В СФЕРЕ УСЛУГ: ПАРИКМАХЕРАМИ, КОСМЕТОЛОГАМИ, КОНСЬЕРЖАМИ, ПРЕДСЕДАТЕЛЯМИ ТСЖ И ДР. (ПОСТОЯННОЕ ОБЩЕНИЕ С ЭТИМИ ЛЮДЬМИ ГАРАНТИРОВАННО ДАЕТ БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО КЛИЕНТОВ - КАК ПОКУПАТЕЛЕЙ, ТАК И ПРОДАВЦОВ)
3. МАКСИМАЛЬНО ЧАСТОЕ УЧАСТИЕ ВО ВСЕВОЗМОЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ, ПРОВОДИМЫХ В РАЙОНЕ. РАЗДАЧА ВИЗИТОК И РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ
4. РАЗНОСКА ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ ПО ПОЧТОВЫМ ЯЩИКАМ И РАЗМЕЩЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ О СЕБЕ И СВОЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ДОСКАХ ОБЪЯВЛЕНИЙ У ПАРАДНЫХ И В ДРУГИХ МЕСТАХ
5. РАБОТА С ОТДЕЛАМИ ПРОДАЖ ЗАСТРОЙЩИКОВ НА ОБЪЕКТАХ, ПОЛУЧЕНИЕ «СЛОЖНЫХ КЛИЕНТОВ», КОТОРЫМ НЕОБХОДИМО ДО ПОКУПКИ ЧТО-ЛИБО ПРОДАТЬ
6. ПРИМОРСКИЙ РАЙОН, В ВИДУ СВОЕЙ НЕОДНОРОДНОСТИ - ПРЕКРАСНАЯ ТЕРРИТОРИЯ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ СТУПЕНЧАТЫХ ПРОДАЖ (UPSELL – DOWN SELL)



ОСОБЕННОСТИ ТЕРРИТОРИИ:

1. САМЫЙ ДОРОГОЙ РАЙОН (ВКЛЮЧАЕТ ТЕРРИТОРИЮ КРЕСТОВСКОГО ОСТРОВА)
2. ОДИН ИЗ САМЫХ МАЛОНАСЕЛЕННЫХ РАЙОНОВ ГОРОДА
3. НА ТЕРРИТОРИИ РАЙОНА НАИБОЛЬШЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЖК КЛАССОВ «БИЗНЕС» И «ЭЛИТ»

ОСОБЕННОСТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ЭТОМ РАЙОНЕ:

1. СОСТОЯТЕЛЬНЫЕ ЛЮДИ, ЧАСТО (90% И БОЛЕЕ) ПРИШЕДШИЕ ПО РЕКОМЕНДАЦИИ
2. ФИЗИЧЕСКИЕ ЛИЦА: УСПЕШНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ, РУКОВОДИТЕЛИ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ И Т.Д.
3. ЮРИДИЧЕСКИЕ ЛИЦА, КОТОРЫЕ ПРИОБРЕТАЮТ НЕДВИЖИМОСТЬ:
 - ДЛЯ СВОИХ РУКОВОДЯЩИХ СОТРУДНИКОВ,
 - КАК ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКУЮ,
 - КОММЕРЧЕСКОЕ ПОМЕЩЕНИЕ ДЛЯ СВОИХ НУЖД.



1. ДОСКОНАЛЬНОЕ ЗНАНИЕ ОБЪЕКТА, ЕГО ТЕХНИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК И ДОКУМЕНТАЦИИ
2. СОЗДАНИЕ ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕННОГО ПОКУПАТЕЛЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КАЧЕСТВЕННЫХ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ФОТО, ОТВЕЧАЮЩИХ ПОТРЕБНОСТЯМ ПОКУПАТЕЛЯ, А В НЕКОТОРЫХ СЛУЧАЯХ И ВИЗУАЛИЗИРУЮЩИХ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ ЖЕЛАЕМЫЙ ОБРАЗ ОБЪЕКТА НЕДВИЖИМОСТИ
3. В СЛУЧАЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБЪЕКТА НЕДВИЖИМОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ VIP-РЕКЛАМЫ НА САЙТАХ И КОРПОРАТИВНОЙ СТРАНИЦЕ АГЕНТСТВА, А ТАКЖЕ СОЗДАНИЕ LANDING PAGE, ПОЗВОЛЯЮЩЕЙ ОТРАЗИТЬ ВСЕ ЛУЧШИЕ СТОРОНЫ СТРОЯЩЕГОСЯ ОБЪЕКТА И ЕГО ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ.

ДЛЯ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ В ТАКОЙ ЛОКАЦИИ ТРЕБУЮТСЯ:

1. НАРАБОТАННАЯ БАЗА КЛИЕНТОВ
2. НАРАБОТАННЫЕ СВЯЗИ С КОЛЛЕГАМИ ДРУГИХ НАПРАВЛЕНИЙ
3. НАРАБОТАННЫЕ СВЯЗИ С ОТДЕЛАМИ ПРОДАЖ ЗАСТРОЙЩИКОВ
4. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ DIGITAL- ТЕХНОЛОГИЙ





Лучшее возможно!

8 (921) 955 23 25

(812) 740 70 40

www.itaka.ru

vk.com/itaka_an

МЫ РЯДОМ
С ВАМИ

25 ЛЕТ

осн. в 1993 г.