

Успешное АН по продаже новостроек. Главные показатели

Дмитрий Рубин
Первый Центр Новостроек
inst: @dmitriy_roobin

Agenda

- 1) что должен знать профессионал о рынке новостроек;
- 2) взаимоотношения "Застройщик — Агент" — тонкости и нюансы
- 3) особенности психологии покупателей новостроек;
- 4) 6 шагов в технологии продаж новостроек;
- 5) техники общения с покупателями, которые применимы для 100% клиентов;
- 6) используем диаграмму "ИДЕЯ-> СДЕЛКА";
- 7) кейсы из практики успешных агентов;
- 8) вопросы и ответы

Коротко обо мне



Основатель — **Дмитрий Рубин** — президент-элект Ассоциации риелторов Санкт-Петербурга, более 10 лет руководит компаниями на рынке недвижимости и маркетинга

Основной вид деятельности

реализация объектов строящейся и вторичной недвижимости СПб, ЛО и Москвы — 3 000+ сделок

Дополнительно

продажа вторичной недвижимости и продажа строящейся недвижимости по схеме B2B – 90 партнеров

Специализация

проекты комфорт, бизнес и элитного класса — доля бизнес- и элитного класса за 2019 год составила 43%

Команда

Укомплектованный и стабильный штат – 25 человек, средний срок работы — 2 года, средний возраст — 35 лет

Маркетинговая инфраструктура для привлечения клиентов

1

Конверсионный главный сайт first-cn.ru

1

Собственная Поисковая база со встроенной CRM p-c-n.ru

120

многостраничных посадочных конверсионных сайтов

70

одностраничных посадочных сайтов



Основатель компании
Дмитрий Рубин – избран президент-элект Ассоциации риелторов Санкт-Петербурга и ЛО в 2019 году



Победитель премии «КАИССА» в номинации «**Лучшее агентство недвижимости численностью до 50 человек**» — 2019 год

[Без заголовка]



Победитель премии «КАИССА» в номинации «**Лучшее агентство по реализации строящегося жилья**» — 2018 год



Многочисленные призы и награды от самых **крупных застройщиков Санкт-Петербурга** в течение всей работы компании

Что нужно знать о рынке?

- Рынок стал тяжелее и насыщенней
- Наблюдается сепарация рынка агентств
- Эпоха ИП
- Маркетинг стал дороже
- Маркетинг стал хуже
- Застройщики стали «закручивать гайки»
- Польза агентов не воспринимается всеми застройщиками одинаково

Застройщик – агентство «-»

- - низкая квалификация
- - увод клиентов из рекламы застройщика
- - нужно много платить
- - уводят клиентов на объекты конкурентов
- - сложно прогнозировать результат

Застройщик – агентство «+»

- + увеличение траффика входящих клиентов
- + фиксированная плата
- + весь ТОП дружит с агентствами
- + кейсы «падения»
- + трейд-ин

Психология клиента

- Хочу, могу, буду
- ЛПР, ЛВР, ЛГР
- Первичный запрос \neq Реальной покупке

Шаги для стабильных продаж

- Записи, CRM, базы
- #ABCD-квалификация
- Качественный маркетинг
- Отдел контроля качества (ОКК)
- Не регламенты, а чек-листы
- Работа с базами, клиентские мероприятия

ИДЕЯ → СДЕЛКА

- 1. Появятся деньги. Куда вложить?
- 2. Выбор района
- 3. Выбор улицы
- 4. Выбор застройщика
- 5. Выбор комплекса

Мои контакты

- Дмитрий Иосифович Рубин
- «O'Lead Group»
- ООО «Первый Центр Новостроек»
- Inst: dmitriy_roobin
- rubind@ya.ru