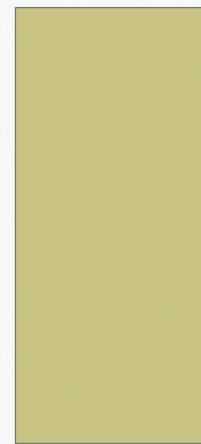


СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ В ПСИХОЛОГИИ УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ ЗАРУБЕЖНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

ДОКЛАД ТИТОВОЙ ЮЛИИ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, 2017



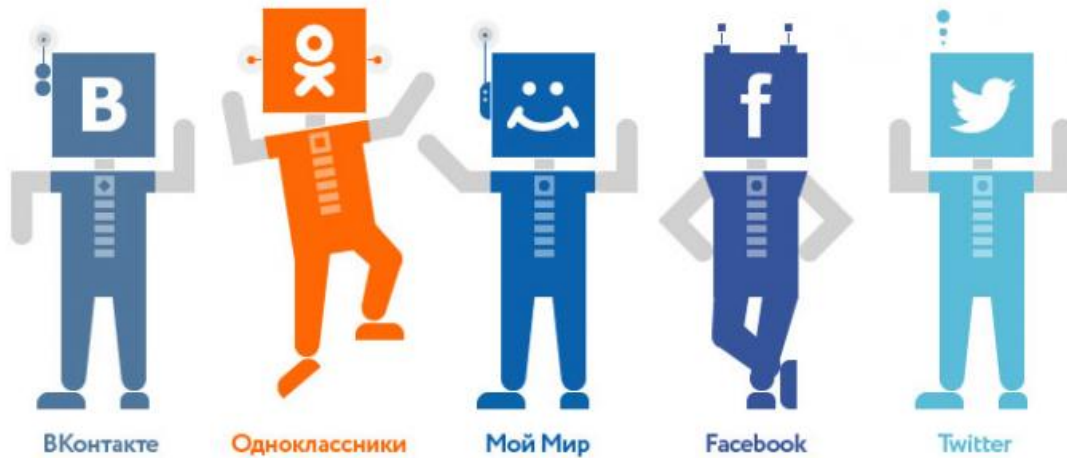


ПЕРЕХОД В2С В ФОРМАТ МЕССЕНДЖЕРОВ

Различные клиенты предпочитают обращаться в компании с запросами с помощью мессенджеров в письменной форме, минуя живое общение по телефону. Покупателям проще и удобнее написать сообщение, чем "разговаривать голосом".

Конечно, тех, кто звонят в компании все равно остается немало, но тенденция говорит о движении рынка к неголосовым способам коммуникации.

Как это работает
на рынке зарубежной недвижимости?

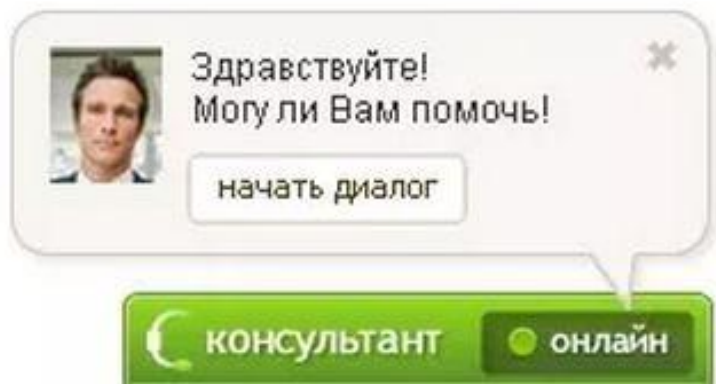


СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Аудитория, млн¹

52,7 **42,6** **30,6** **25,4** **11,6**

Хорошо, когда у компании есть странички ВКонтакте и Facebook, Instagram, но по факту вероятность продаж с этих страничек достаточно мала. Это способ позиционирования на рынке, поддержания бренда компании и личного бренда. По факту получить запрос на приличную сумму от незнакомого человека в социальных сетях, даже имея прекрасную кампанию на фб или вк нереально (цветы, косметика, одежда, игрушки +, недвижимость –).

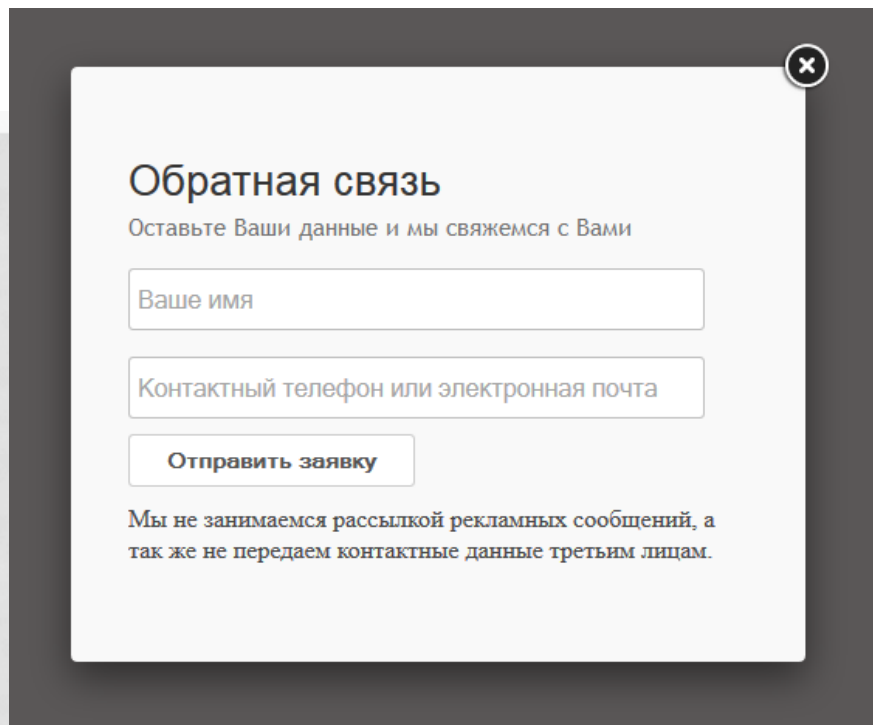


ON-LINE КОНСУЛЬТАНТ НА САЙТЕ

Клиентам удобно задать вопрос, когда они находятся на сайте. Они хотят получить ответ быстро в on-line режиме. Обязательно установите себе на сайт данный сервис и реагируйте на запросы покупателей.

НО злоупотребление и неумелое пользование данной опцией свело к минимуму преимущества этого вида общения с клиентами. Постоянно всплывающие окна с автоматической чередой вопросов сыграли негативную роль. По факту дождаться достойного общения и приличной заявки от он-лайн консультирования на сайте зарубежной недвижимости нереально.

ФОРМА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ



Обратная связь

Оставьте Ваши данные и мы свяжемся с Вами

Ваше имя

Контактный телефон или электронная почта

Отправить заявку

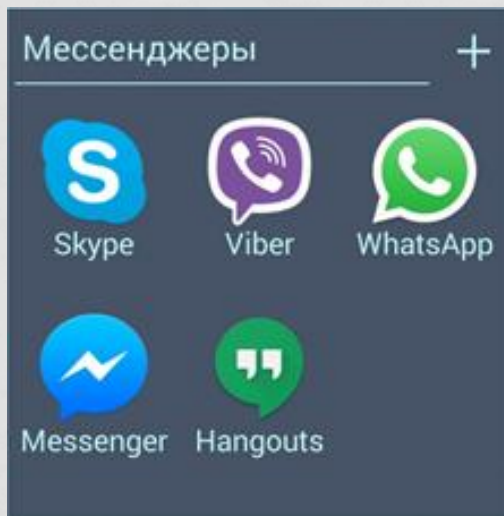
Мы не занимаемся рассылкой рекламных сообщений, а так же не передаем контактные данные третьим лицам.

Многие клиенты воспользуются привычной формой, чтобы задать свой вопрос. НО, написав на Ваш сайт, они напишут еще на 10 других (просто скопировав форму запроса). Конвертируемость этих заявок в зарубежной недвижимости в продажи достаточно мала.



МИНУСЫ ТЕЛЕФОННОГО ОБЩЕНИЯ

- В момент звонка клиент занят
- Ему неудобно разговаривать
- Телефонный разговор не оставляет никаких следов
- Телефонный звонок занимает время
- Слабые коммуникативные способности
- Плохое качество связи
- Плохая память
- Стоимость услуги международной и междугородней связи (особенно актуально на рынке зарубежной недвижимости)



ПРЕИМУЩЕСТВА МЕССЕНДЖЕРОВ

- Неформальное общение — проще выстроить доверие, но и проще улететь в бан;
- Достижимость: нет «абонент недоступен», «перезвоните», спам-фильтров;
- Невозможно сделать ошибку в номере или адресе почты, авторизация одной кнопкой;
- Общение может быть в реальном времени без задержки, как в почте;
- Можно слать медиа-файлы, прайс-листы, презентации, ссылки.



ПРАВИЛА ОБЩЕНИЯ В МЕССЕНДЖЕРАХ

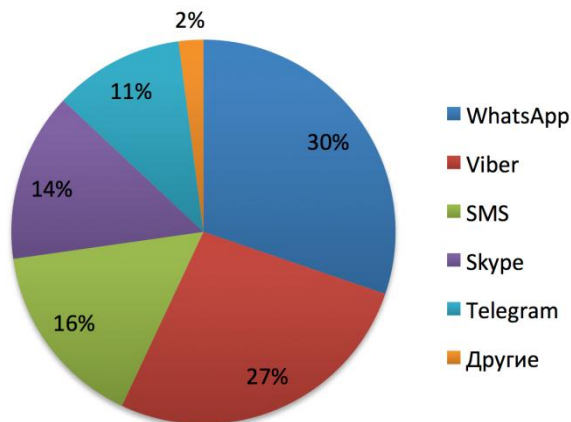
- Всегда здоровайтесь. Будьте вежливы.
- Обращайтесь по имени (и отчеству).
- На прощание напишите доброе пожелание
- Будьте оперативны и позитивны
- Следите за тоном общения – подстраивайтесь под собеседника (за и против смайликов)
- Что такое срочно – звонить или не звонить - этикет
- Конкретизируйте, детализируйте, предлагайте
- Отправляйте картинки, ссылки и наглядную информацию
- Думайте, прежде чем писать
- Проверяйте, прежде чем отправить
- Не забывайте про живое общение

НЕМНОГО СТАТИСТИКИ

WhatsApp – пользователи **более** 80% абонентов Билайна и 60 % Мегафон. Viber – **более** 60% и 50%.
Другие: SMS, Skype, Telegram, Facebook Messenger, ICQ, Snapchat.
Skype и ICQ резко теряют позиции.
Telegram – лидер роста.

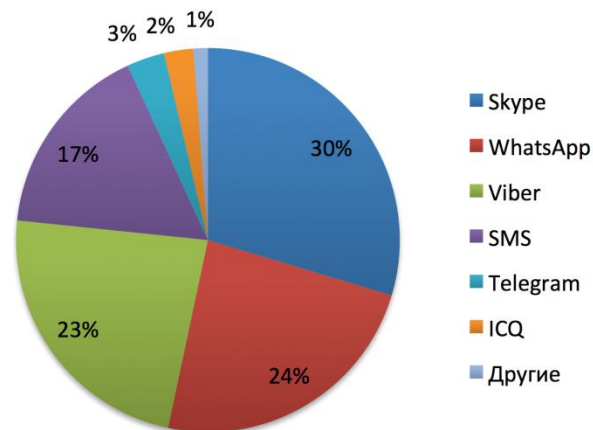
Рейтинг упоминаний мессенджеров
Россия, февраль 2017

 Brand Analytics
АНАЛИТИКА ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ БРЕНДА



Рейтинг упоминаний мессенджеров
Россия, март 2016

 Brand Analytics
АНАЛИТИКА ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ БРЕНДА



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

