

Тренды и перспективы рынка Интернет-недвижимости: от показов к продажам, от объявлений к комплексному обслуживанию

Добрый Андрей



- ✓ Изменение критериев выбора недвижимости.
- ✓ Изменение портрета покупателя.
- ✓ Кризисные явления: увеличение себестоимости, уменьшение продаж.
- ✓ Множество мест нахождения аудитории, big data, мобильные устройства, множество платформ. Технологии.

- ✓ Цель - продавать. Продавать сразу или формировать бренд / спрос.
- ✓ Многоканальность и увеличение работы рекламщиков и пиарщиков:

Поисковики (SEO, контекст, аудитории, форматы, стратегии)

- ✓ Соц сети (контент, репутация, таргеты, посты, множество групп и страниц).
Instagram, VK, FB, ОК, Telegram, YouTube.
- ✓ Тематические площадки (отзывы, базы объявлений, каталоги ЖК, статьи и работа с рынком).
- ✓ Свой сайт (адаптивность, работа, контент, юзабилити, лиды), CRM, продукт, креатив...

Слишком много - склонность к упрощению.

Продавали показы - их тематичность, гео, R&F, продавали клики - их качество, пост клик, время, отказы, конверсия в просмотры планировок, теперь звонки. Апогей - % от продажи через 1-2 года

Ни один из показателей не даёт объективную картину.

Материалы (новости, статьи) и чаще всего спецпроекты – не продают. Комплекс в том числе с соц. сетями.

Спецпредложений – мало. Дубли в карточках объектов, замена тел в XML и проч.

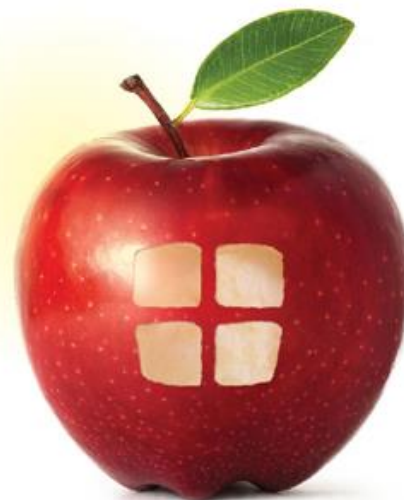
Баннеры – охват аудитории. Не звонки.

Звонки – завтра в 16-00 – два часа.

Вопросы?
Добрый Андрей
a@dobryi.ru
Руководитель
Интернет-издательства PDG



Restate.ru



**ТОЛЬКО СВЕЖИЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ ЖИЛЬЯ**

Полный ассортимент объявлений
о продаже и аренде недвижимости

Портал **restate.ru** ПОРТАЛ