



SugaRE CRM

Антикризисные технологии работы с
клиентами от успешных агентств

Кейсы региональных компаний



Структура доходов и расходов граждан

сравнительная характеристика
показателей 2016 / 2017 гг.

2016 год

₽ Заработная плата (тыс. руб. / мес.)



■ < 7 ■ 7 - 15 ■ 15 - 30 ■ 30 - 60 ■ > 60



Доходы населения

30 738 руб./месяц

+ 8% по сравнению с предыдущим периодом



Расходы населения

Всего: **36 106 445 тыс. руб.**

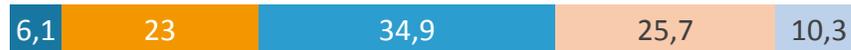
+ 10% по сравнению с предыдущим периодом

На покупку недвижимости: **1 534 523 тыс. руб.**

- 9% по сравнению с предыдущим периодом

2017 год

₽ Заработная плата (тыс. руб. / мес.)



■ < 7 ■ 7 - 15 ■ 15 - 30 ■ 30 - 60 ■ > 60



Доходы населения

42 042 руб./месяц

+ 36% по сравнению с предыдущим периодом



Расходы населения

Всего: **38 003 548 тыс. руб.**

+ 5% по сравнению с предыдущим периодом

На покупку недвижимости: **1 335 036 тыс. руб.**

- 13% по сравнению с предыдущим периодом

* Использованы данные Федеральной службы государственной статистики [Источник: <http://www.gks.ru/>]

** Все данные по годам за одинаковый период (январь - август)

Вопрос 1.

Что наиболее важно для Вас при выборе агентства недвижимости / риэлтерской компании?

	2008	2009	2016
Приемлемая стоимость услуг	19	16	9
Безопасность и надежность сделок	28	25	24
Репутация агентства	21	23	27
Скорость обработки обращений	14	21	28
Открытость, прозрачность деятельности компании	18	15	12

* Используются данные инициативного всероссийского опроса НАФИ (национальное агентство финансовых исследований); проведен в мае 2016 г. [Источник: <https://nafi.ru/>]

** Данные предоставлены в процентном соотношении к общему числу опрошенных

Вопрос 2.

Как изменилось Ваше отношение к агентствам недвижимости за последние 3 года?

	2009	2016
Стал(а) относиться к агентствам недвижимости с большим доверием	6	14
Не доверял и не доверяю агентствам недвижимости (отношение не изменилось)	13	9
Доверял и продолжаю доверять агентствам недвижимости (отношение не изменилось)	32	44
Стал(а) относиться к агентствам недвижимости с меньшим доверием	9	6
Затрудняюсь ответить	40	27

* Используются данные инициативного всероссийского опроса НАФИ (национальное агентство финансовых исследований); проведен в мае 2016 г. [Источник: <https://nafi.ru/>]

** Данные предоставлены в процентном соотношении к общему числу опрошенных



БЕСТ НОВОСТРОЙ

- ✗ Сбор поступивших обращений вручную
- ✓ Автоматическая фиксация всех обращений в CRM, интеграция с сайтами
- ✗ Подбор объектов осуществлялся вручную по разрозненной базе
- ✓ Автоматический подбор сразу же после фиксации заявки в CRM, предложение нескольких вариантов, что позволило увеличить количество закрытых сделок
- ✗ Слабая работа с социальными программами
- ✓ Быстрый подбор нескольких объектов с учетом государственных программ
- ✗ Длительное составление презентации с учетом всех требований клиента
- ✓ Создание информативной презентации по шаблону компании в пару кликов и мгновенная отправка клиенту
- ✗ Планирование «на бумаге», забытые встречи
- ✓ Эффективный календарь активности, задачи по каждому клиенту с контролем каждого этапа сделки
- ✗ Отсутствие механизма фиксации истории взаимодействия с клиентом
- ✓ Хранение истории в CRM, грамотное общение с повторно обратившимися клиентами

WH

WELHOME

7

- ✗ Отсутствие обратной связи онлайн на сайте
- ✓ Интеграция с Jivosite – оперативная работа с вопросами пользователей сайта, результат – увеличение числа заявок
- ✗ Отсутствие контроля этапов сделки
- ✓ Контроль каждого этапа, закрепление за клиентом нескольких ответственных для распределения фронта работ
- ✗ Неналаженная работа с банками-партнерами и финансовыми организациями
- ✓ Ипотечный калькулятор в системе, подбор выгодного предложения через банк-партнер

- ✗ Обязательное посещение банка при работе с клиентами по ипотеке
- ✓ Возможность подобрать несколько решений для ипотечного кредитования и отправить заявку в банк-партнер через CRM
- ✗ Слабая защита информации от внешних и внутренних посягательств
- ✓ Распределение ролей, защита от несанкционированного доступа

✗ Разрозненные партнерские базы данных

✓ Создание единой базы для работы с партнерскими предложениями, настроенный мультилистинг

✗ Партнерские отношения зафиксированы только «на бумаге», этапы работы с клиентами не фиксируются

✓ Прозрачное ведение сделок с партнерами

✗ Неналаженная работа с зарубежными партнерами

✓ Автоматический сбор всех заявок, документации и четко выстроенная модель работы с зарубежными партнерами в CRM

✗ Отсутствие единого регламента работы с документацией и единой базы документов

✓ Автоматическое создание договоров, хранение сканов в CRM, ведение базы

✗ Слабое географическое дифференцирование

✓ Разделение объектов и клиентов по географическому признаку, наглядное отображение на карте, привязка к метро

✗ Слабый анализ эффективности рекламных источников

✓ Интеграция с сервисом CoMagic для просчета эффективности каждого рекламного источника и планирования рекламного бюджета



МОСРЕАЛСТРОЙ
МЕЧТЫ
РЕАЛИЗУЮТСЯ
СОВМЕСТНО

МОСРЕАЛСТРОЙ

9

- ✗ Отсутствие единого формата общения с клиентами
- ✓ Интеграция с ip-телефонией, создание собственного call-центра
- ✗ Самописная система, не позволяющая работать с аукционами в автоматическом режиме
- ✓ Автоматический работа с аукционами на государственных площадках
- ✗ Ручной подбор объектов по государственным программам
- ✓ Автоматический подбор нескольких вариантов для государственных программ
- ✗ Работа с электронными аукционами через менеджеров
- ✓ Интеграции с электронной очередью, ускоренная подача заявлений
- ✗ Отсутствие единой базы данных для документов
- ✓ Сбор и подготовка документов для аукционов в автоматическом режиме
- ✗ Отсутствие истории изменений и работы с документами
- ✓ Работа с клиентом нескольких менеджеров, полная история взаимодействий с документацией и объектами в системе



**партнерство
с агентствами**

**работа
с банками**

**государственные
программы**

SugaRe CRM | НЕДВИЖИМОСТЬ



App
Store



Google
Play



Контакты



Гуреева Дарья



+7 / 495 / 108 24 48



+7 / 965 / 133 50 30



ceo@sugare.ru



www.sugare.ru

