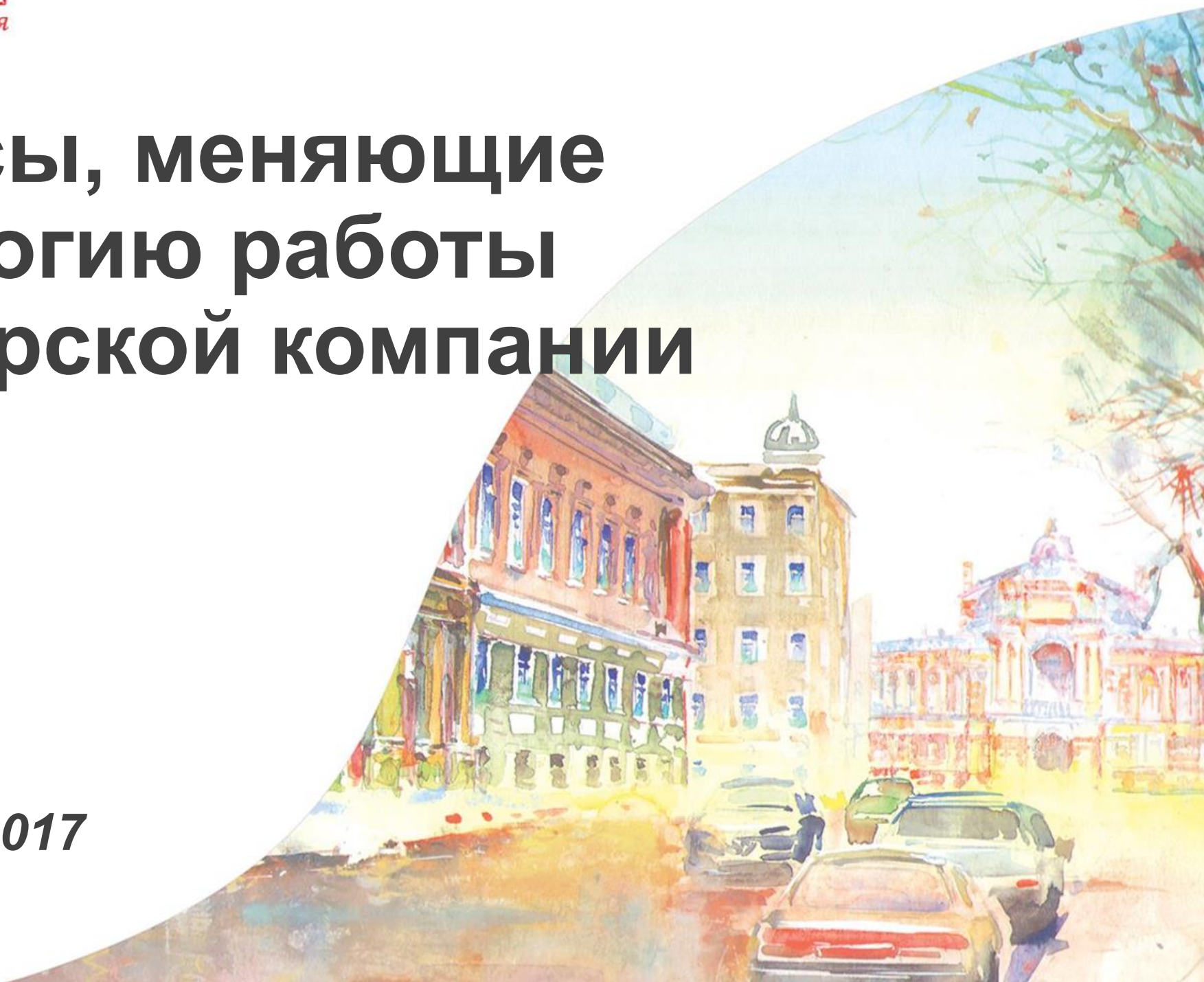


# Сервисы, меняющие технологии работы риэлторской компании

*Яна Лурье,  
Одесса  
сентябрь 2017*



Сервис – неотъемлемая часть системы

# система – завершённый метод практической деятельности

*Ожидания руководителей от **системной** работы:*

- простота управления*
- предсказуемость результата*
- легкость клонирования*
- быстрота ввода в должность нового сотрудника*
- простота поиска и адаптации новых сотрудников*
- простой алгоритм создания избыточности потока информации.*

# почему система?

- **Системный бизнес** – это собственно бизнес.
- **Несистемный бизнес** – это организация самозанятости собственника.
  
- **Простая проверка на наличие системы:**
  - можно ли этот бизнес продать?
  - можно ли за два-три месяца передать управление наемному директору?
  - останется ли у компании прибыль, если нанять сотрудников, которые заменят собственника?

# СОВМЕСТИМОСТЬ СИСТЕМЫ И ТВОРЧЕСТВА

*Отличительная особенность творчества – уникальность результата, его связь с личностью исполнителя.*

*Отличительная черта системы – предсказуемость, однотипность результатов, минимальное влияние личности исполнителя на результат.*

# совместимость системы и профессионализма

**Профессионализм** – способность человека систематически выполнять сложные задачи, регулярно добиваясь результата, отвечающего стандартам.

**Система** – завершённый, целостный метод практической деятельности, обеспечивающий стандартный результат.

в будущем будет два вида компаний —  
быстрые и мертвые

**Это будущее – все ближе!**

**Будущее не возникает мгновенно:**

**Какие-то компании становятся все более быстрыми.**

**Какие-то – все более мертвыми.**

**Будущее наступает неравномерно.**

# специфическая конкуренция сегодняшнего дня требует решения двух задач:

1. Максимально сократить издержки на получение информации и на ввод нового сотрудника в работу. Уменьшить зависимость от компетентности сотрудника.
2. Противопоставить агрегаторам и упрощенным схемам работы способность решать задачи любого уровня сложности.



# внутренние сервисы риэлторской компании

## основные

- Три уровня обработки информации о продавцах и покупателях

## дополнительные

Миллион вариантов:

создание презентаций

динамический контент

email-рассылки

оптимизация рекламы

публикаторы

улавливатели контактов

обработка фотографий

# сервис первого уровня

- В компании есть база продавцов, актуализация которой возложена на риэлторов.
- Действующего регламента актуализации информации и дальнейшей работы с ней нет.
- Обычно много закрытой информации (закрепленной за агентами).

# сервис второго уровня

- В компании есть база продавцов, актуализация которой обеспечивается компанией.
- Есть действующие регламенты работы с этой информацией.
- Обычно большая часть информации открыта или есть четкий регламент ее получения.

# сервис третьего уровня

- В компании есть база продавцов, актуализация которой обеспечивается компанией.
- Есть действующие регламенты работы с этой информацией.
- Часть движений по воронке осуществляют сотрудники компании, передавая агентам, например, назначенные встречи, состыкованные показы и пр.

# Когда смена взаимодействующего с клиентом сотрудника не является проблемой

1. Передача по специализации
2. Передача с повышением статуса
3. Передача до личного контакта с клиентом.

## важное наблюдение:

- Брокер высокой квалификации чувствителен к статусу в компании в большей степени, чем к материальной мотивации.
- Решение задач высокой сложности и избавление от рутинного процесса - реально мотивирующий фактор.

- **Важная информация для выбора системы – принцип контроля эффективности процесса.**

**Проще и надежнее всего строятся системы, требующие минимального контроля качества процесса.** Там, где контролируется количество, что само по себе проще, обратим внимание на то, насколько легко получить истинную информацию об этом количестве.

		Системная биржа (брокер + агенты)	Магазин недвижимости	Система сервисов		Участковые риэлторы
				База ПР	База ПК	
Обработка информации	Звонки			●		●
	Встречи	●	●			●
Объекты в активной работе	ЭД	●				
	ДОУ		●			
	Объект в витрине					●
	Объект в базе			●		
Выход процесса		ЭД	ДОУ с корректными условиями	Полная база		Качественная витрина
Реклама на поиск покупателя		Равна <u>эксам</u>	●		●	●
Входящее обращение покупателя	<u>Покупа-тель в базе</u>	● ●	●		●	●
	Заказ на покупку		●			●
<u>сделки</u>	Показы	●	●			●
	Задатки					



качество



количество



# кейс: создание сервисов второго и третьего уровня в классической компании

Задача 1: настройка базы продавцов.

Задача 2: сбор покупателей по сегментам.

Задача 3: построение схемы проработки базы и быстрого назначения показов.

Задача 4: построение сервисов:

selffast - для интересных объектов

аналитика от покупателей - для эксклюзивов

быстрые деньги – для агентов, потерявших ритм

# задачи исследования

1. Собрать данные для оптимизации рекламного бюджета компании с разными целями
    1. Реклама эксклюзивного объекта
    2. Сервис лидогенерации
  2. Проанализировать условия, необходимые для эффективной работы сервиса лидогенерации:
    1. Как обеспечить равномерный поток покупательских заявок?
    2. Как обеспечить равномерную структуру заявок в покупательском потоке по выбранным сегментам?
- \*Сегмент - это тип объектов.  
Например: двухкомнатные квартиры чешской планировки на Таирова

# описание исследования

## • 1. Рекламные площадки

Группа 1. Крупнобюджетные сайты (olx.ua )

Группа 2. Среднебюджетные сайты (dom.ria.com , mesto.ua , address.ua )

Группа 3. Малобюджетные сайты (aviso.ua rieltor.ua est.ua kanzas.ua dom2000.com domik.ua kvartorg.com )

## 2. IT ресурсы

Автоматическое размещение объявлений: портал r-slon.com

Фиксация звонков: сервис «Мои звонки»

Фиксация заявок: Идеальный вариант: Недвижимость – программа для риэлторов и агентств недвижимости

3. **Период исследования:** с 25.07.17 по 29.08.17

## 4. Реклама объектов

- На всех площадках одновременно публиковались одинаковые объекты.
- Всего за период исследования рекламировалось 304 объекта

# требование к ресурсам

## **1. База собственников:**

- автоматический сбор объектов и подбор под задачу
- автоматическая публикация на любых источниках

## **2. База для работы с заявками покупателей:**

- гибкость и простота самостоятельных настроек под меняющиеся задачи.
- удобный доступ к полной истории работы.
- высокая вариативность настроек прав доступа.

## **3. Сервис фиксации звонков:**

- автоматическая фиксация и идентификация работы
- отсутствие необходимости менять ПО, оператора и пр.
- высокая простота настроек и освоения.

# r-slon.com



Без публикации Александра Владимировна  
офис-менеджер, филиал №1 [Выход](#)

Недвижимость + Мои объекты Мои задачи Автомониторинги 682 Сообщения 74 Заявки ? Помощь

режим просмотра ?  
для риэлтора

выделено  
0

## Недвижимость

Квартиры Дома, участки

Область поиска: **Одесса**  
[изменить](#)

[На карте](#) или

номер  
дома

Комнат: К 1 2 3 4+

вторичное

долевое    
год сдачи

Статус ?

Цена, \$:  —

Этаж:  —

исключая первый этаж  
 исключая последний этаж

- от собственника
- от инвестора
- от застройщика
- от пользователей портала
- кроме отмеченных мною как "продано"
- объекты от агентства, у которых есть дубли от собственника
- только с фотографиями
- эксклюзив
- объекты моей компании
- мои объекты
- объекты с моими заметками

[Расширенный поиск](#)

17540 объектов: вторичное **C** ; город: **Одесса** .



ООО "ПАРТНЕР ЕСТЕЙТ", г. Одесса - "Идеальный вариант: Недвижимость" v.6.1.8.1 от 04.09.2017

Документы Справочники Обмен данными Отчеты Сервис Окно Справка

Операция: Покупка Тип объекта: Квартира

Покупка : Квартира : Активные предложения

Список контактов с клиентом : 29

Расположение: Одесса

Код объекта	Дата последнего	Риелтор	Коллекция	Тип контакта	Запланированная дата	Время	Дата выполнения	Примечание	Дата создания	Ответственный	Добавитель
25	13.07.2017		2	Открытая заявка			26.04.2017	Звонок (звонок за 20000 ближе к морю! Граничные этажи, жилье уют и ремонт. Хрущевка возмает за 20000	26.04.17 20:24	Дьяченко Ольга	Дьяченко Ольга
29	29.08.2017		1	Открытая заявка			28.04.2017	Предложила: Адмир 1а 34500-Адмир 5/5 31000-Ждклассы 1/5 32000-скинцель в ваифер	28.04.17 21:48	Дьяченко Ольга	Дьяченко Ольга
30	27.04.2017		1	Открытая заявка			25.05.2017	1) Гол пер. 4/8/9, 34000 у.е., 2) Преображ./Базарн. 3/9, 35000 у.е. - пороски скинцель в ваифер	25.05.17 22:04	Дьяченко Ольга	Дьяченко Ольга
32	18.08.2017		2	Открытая заявка			28.05.2017	1) Преображенская 72, 3/9, 35000 у.е. - дмают.	29.05.17 13:53	Дьяченко Ольга	Дьяченко Ольга
35	14.07.2017		1	Открытая заявка			29.05.2017	1) Гвозд. пер 4., 8/9, 35 - 34000 у.е.	29.05.17 17:15	Дьяченко Ольга	Дьяченко Ольга
37	07.07.2017	Аслани Евгения	1	Открытая заявка			01.06.2017	01.06.2017	01.06.17 21:17	Дьяченко Ольга	Дьяченко Ольга
38	05.09.2017		1	Открытая заявка			11.07.2017	11.07.2017	13.07.17 16:42	Куровская Наталья	Куширенко Ири
42	24.08.2017		1	Открытая заявка			13.07.2017	предложили Тирас. только центр, аркадия	13.07.17 19:33	Новиков Михаил	Штгова А.В.
44	13.07.2017		3	Открытая заявка			18.07.2017	сбрасывает тел	18.07.17 21:37	Куровская Наталья	Куровская Ната
48	07.07.2017		2	Открытая заявка			14.08.2017	18.08	14.08.17 14:09	Новиков Михаил	Штгова А.В.
57	08.06.2017		2	Открытая заявка			21.08.2017	отказ выдел еб	20.08.17 20:44	Новиков Михаил	Штгова А.В.
65	06.09.2017		1	Открытая заявка			28.08.2017	21.00	28.08.17 20:23	Новиков Михаил	Штгова А.В.

Показать кратко информацию по текущему объекту

ИСАКОВА О В 14:36 07.09.2017

# сервис МОИ ЗВОНКИ

Портал – Google Диск x Реальные/измененные x Новая вкладка x Мои Звонки x Ольга (личный)

Надежный | <https://alciona.moizvonki.ru/contacts/1551/>

Mail крск Fb слон vk.com рабочая мое G Диск Важное – Google Ди одесса Sococo Текучка Worksection список Од Другие закладки

## ← 21.08 ольга таирова.радужный 1к 30000

**Телефоны** Рабочий +380675193437

**Ответственный** Екатерина Мосиенко

Создан 21 августа 2017 г. 13:23:17, Екатерина Мосиенко  
Изменен 21 августа 2017 г. 13:23:17, Екатерина Мосиенко

[Редактировать](#)

Статистика звонков по контакту

	Все	Входящие	Исходящие
Всего	19	6	13
Отвечено	12	2	10
Пропущено	7	4	3
Длительность	00:12:55	00:02:09	00:10:46

Последние звонки, все

7 сентября 2017 г. 11:41:10	Новаков Михаил	00:02:27	▶
6 сентября 2017 г. 14:45:17	Новаков Михаил	00:00:11	▶
5 сентября 2017 г. 16:43:44	Новаков Михаил	00:01:48	▶
5 сентября 2017 г. 16:24:26	Новаков Михаил	00:00:50	▶
5 сентября 2017 г. 16:01:38	Новаков Михаил	00:00:00	▶
5 сентября 2017 г. 10:21:39	Новаков Михаил	00:00:25	▶
5 сентября 2017 г. 10:20:06	Новаков Михаил	00:00:39	▶
5 сентября 2017 г. 10:17:44	Новаков Михаил	00:01:10	▶
4 сентября 2017 г. 22:29:25	Новаков Михаил	00:00:07	▶
4 сентября 2017 г. 16:00:23	Новаков Михаил	00:00:48	▶
4 сентября 2017 г. 15:59:50	Новаков Михаил	00:00:00	▶
4 сентября 2017 г. 15:52:03	Новаков Михаил	00:00:00	▶
4 сентября 2017 г. 15:47:41	Новаков Михаил	00:00:00	▶
1 сентября 2017 г. 13:19:59	Новаков Михаил	00:02:02	▶
1 сентября 2017 г. 12:46:33	Новаков Михаил	00:00:48	▶
30 августа 2017 г. 13:01:49	Евгения Аслами	00:00:00	▶

Ольга

- Рабочий стол
- Звонки
- Контакты
- Отчеты
- Настройки

Мои Звонки

11:51 07.09.2017

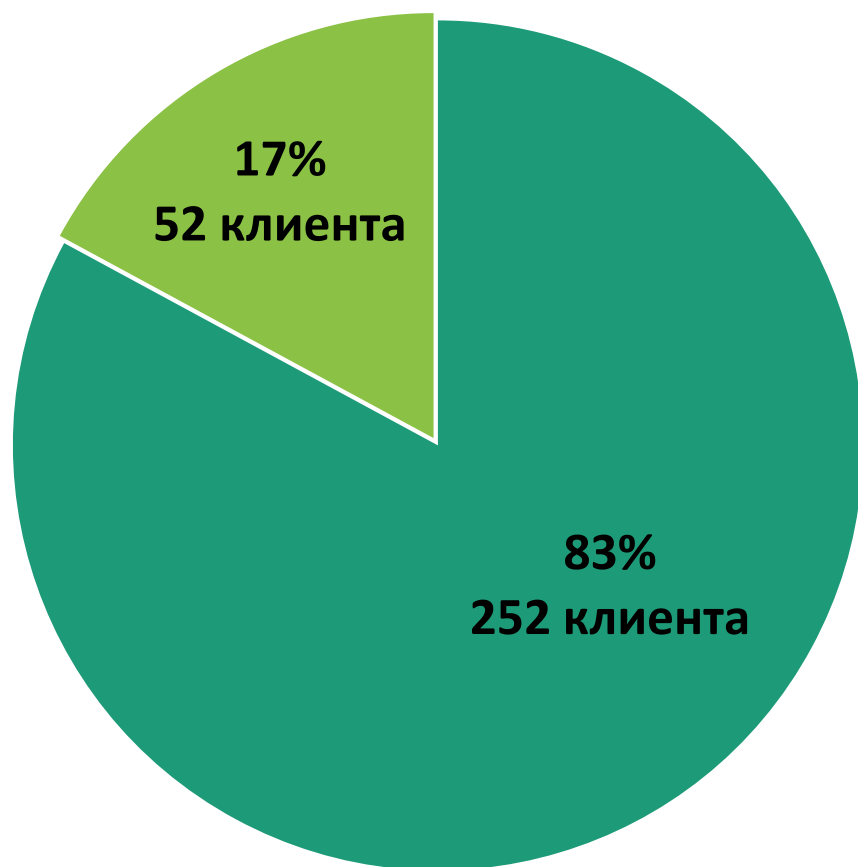
# описание исследования

	Всего, грн	Сайты группы 1	Сайты группы 2	Сайты группы 3
<b>Рекламный бюджет</b>	<b>8520</b>	<b>5400</b>	<b>3120</b>	<b>0</b>
<b>Количество звонков</b>	<b>495</b>	<b>275</b>	<b>150</b>	<b>70</b>
<b>Количество заявок</b>	<b>369</b>	<b>186</b>	<b>124</b>	<b>59</b>



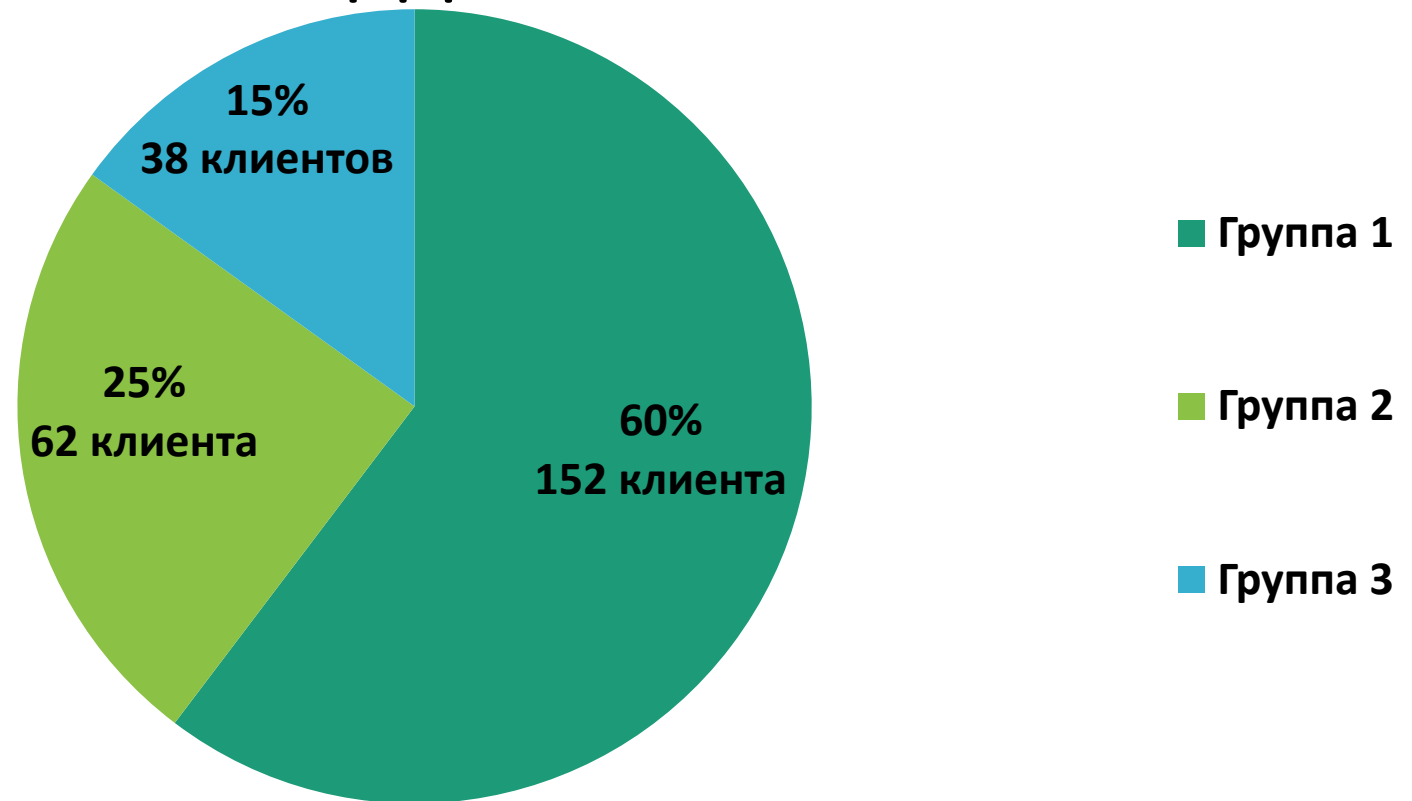
# анализ эффективности рекламных площадок:

У каждого сайта своя аудитория?



- клиенты обратившиеся только по одному сайту
- клиенты обратившиеся по нескольким сайтам

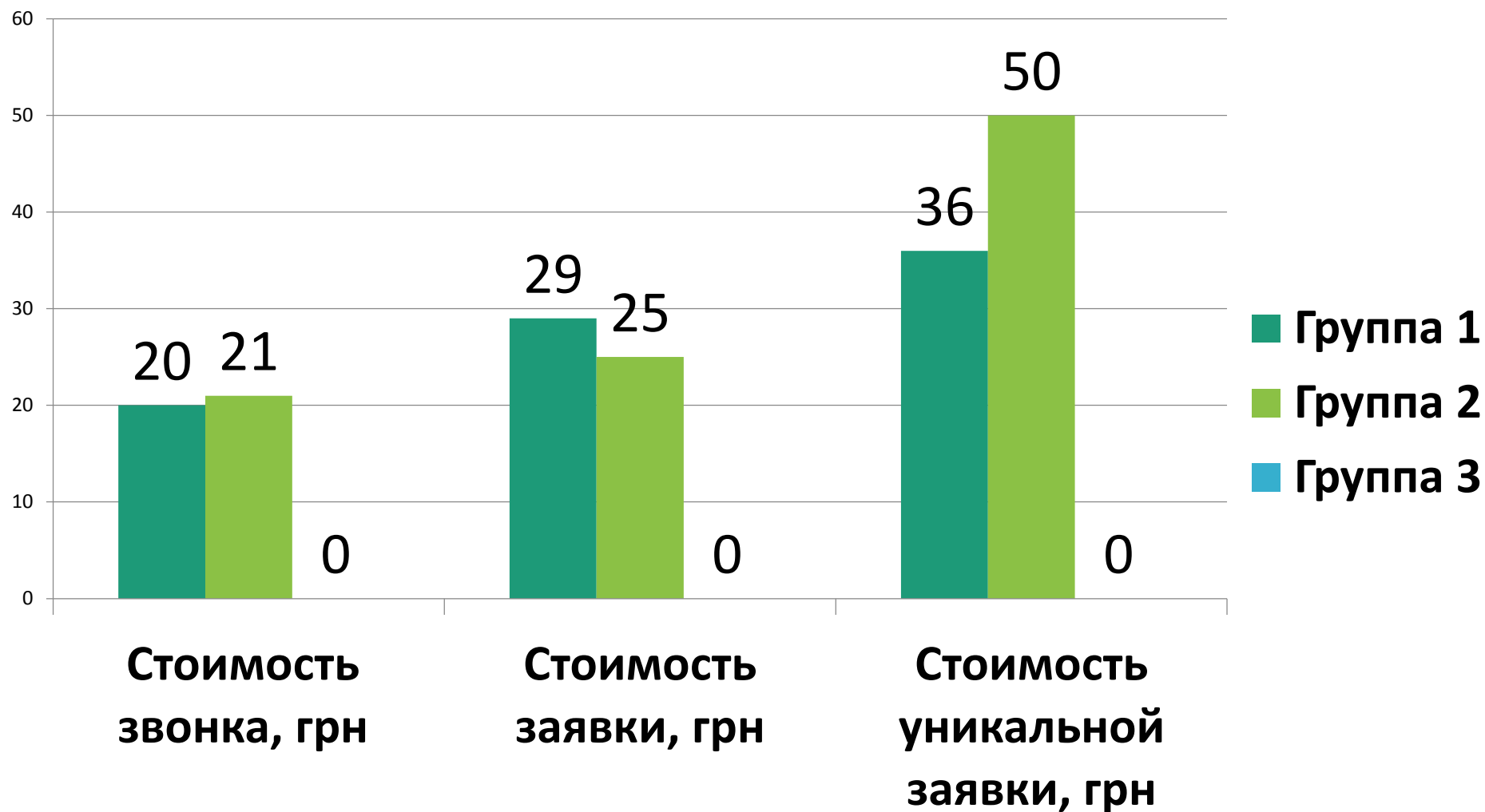
# Анализ эффективности рекламных площадок: распределение клиентской аудитории по рекламным площадкам



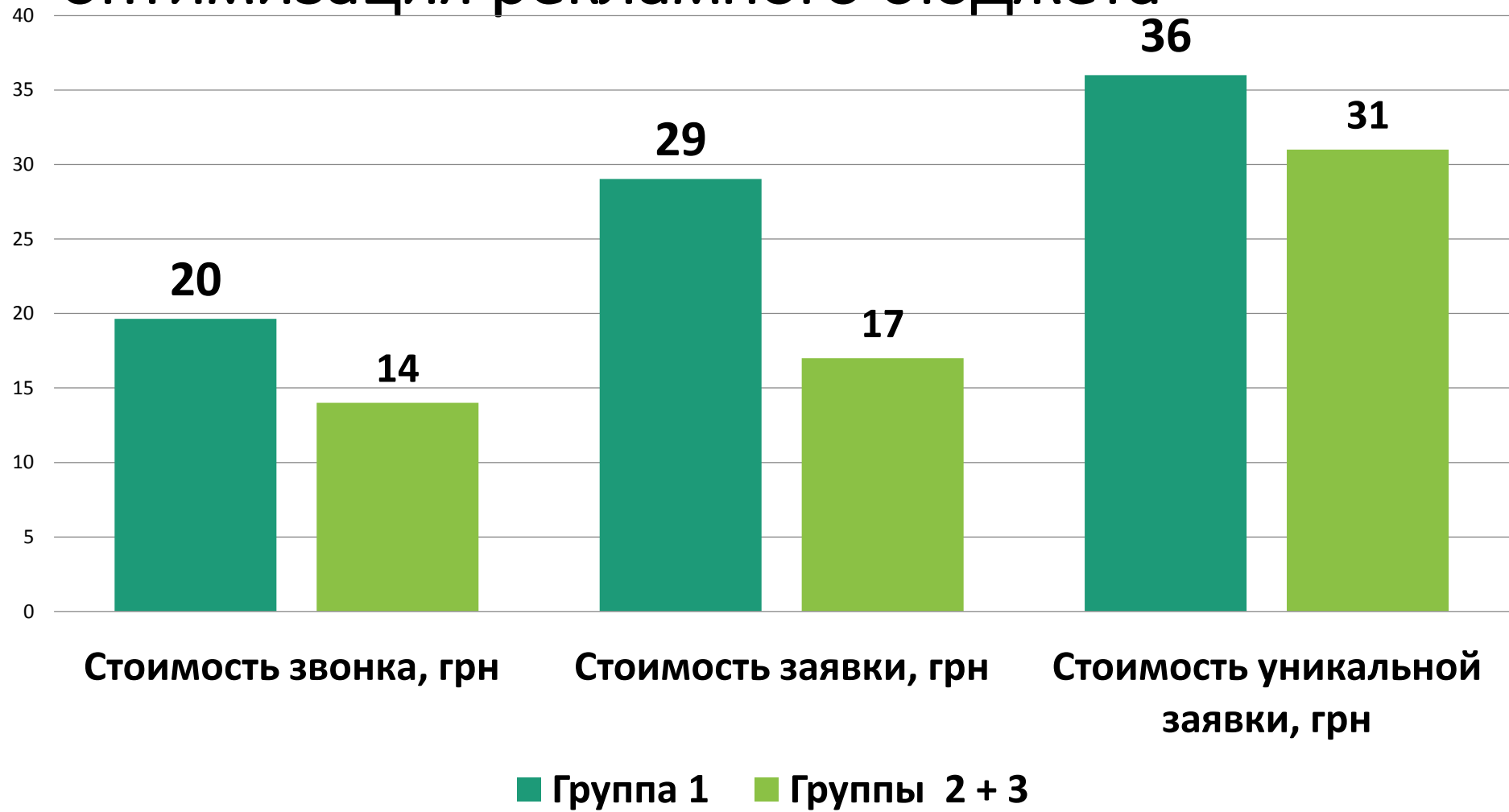
## Анализ эффективности рекламных площадок:

1. При поиске покупателя на эксклюзивный объект необходимо задействовать все площадки.
2. При организации покупательского потока можно оптимизировать рекламный бюджет за счет бесплатного размещения рекламы.

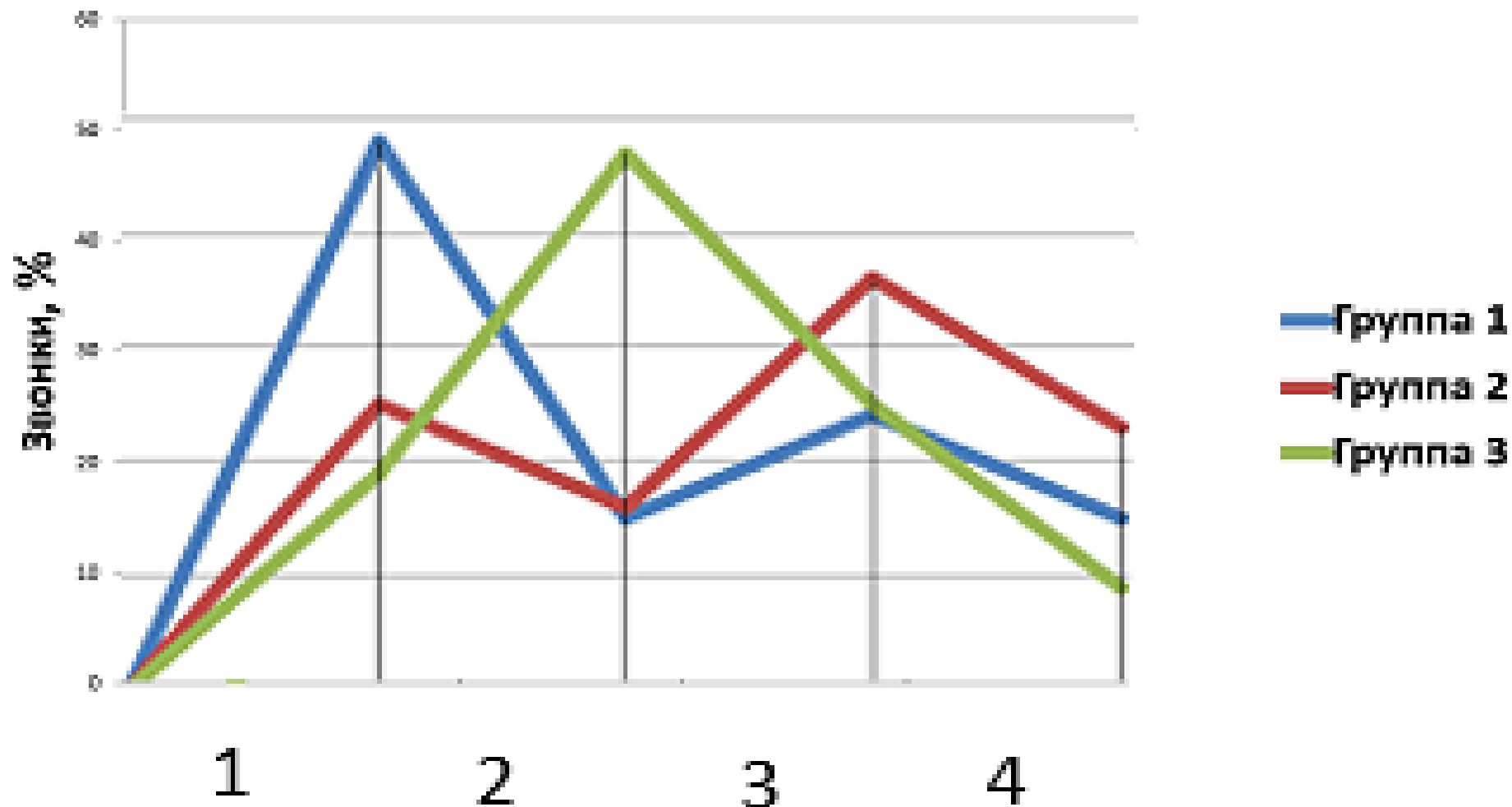
# анализ эффективности рекламных площадок: себестоимость звонка и заявки



# анализ эффективности рекламных площадок: оптимизация рекламного бюджета



# зависимость покупательского спроса от периода размещения рекламы объекта



## зависимость покупательского спроса от периода размещения рекламы объекта

1. При рекламе эксклюзивного объекта:  
максимальное время для корректировки цены – 2 недели. Далее или временное снятие объекта с рекламы, или использование для поиска покупателя других способов (например, сервиса лидогенерации).
2. При организации покупательского потока  
объект эффективно «работает» в рекламе не более 3 недель.  
Для равномерного потока необходима еженедельная публикация новых объектов.

# спасибо за внимание!

- Я с удовольствием пришлю вам дополнительные материалы и продолжу обсуждение вопросов этого доклада.

Пишите и звоните!

[y.a.lurye@gmail.com](mailto:y.a.lurye@gmail.com)

- Skype: yanalurye  
viber, whatsapp, telegram: +7911 232 0706  
+38 098 7521647