

Связь маркетинга и продаж в единую систему

- Методы
- Кейсы
- Способы
- Эффективность

Сколько людей
работает чтобы
привести клиента
к покупке
одной квартиры?

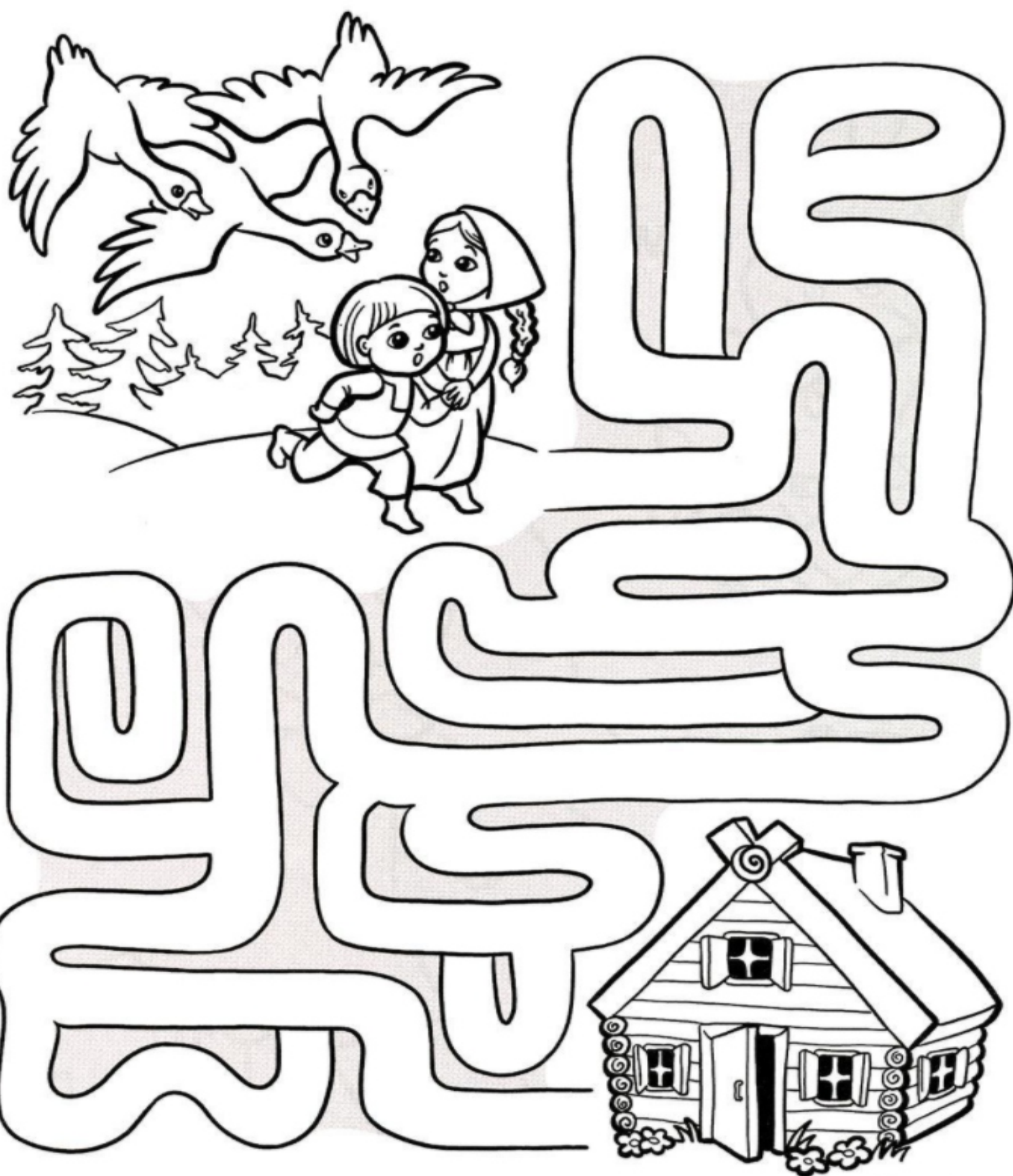


Это не все. Бухгалтерия обедает.

Клиент – тот, кто
объединяет маркетинг
и продажи.

Просто смиритесь.

Развивающая
игра для
маркетолога
«Путь клиента»



	Период до покупки			Период сделки				Пост-продажа			Рекомендации, распространение положительного потребительского опыта		
	Проблему не осознал	Осознал проблему	Ищет решение	Сравнивает различные варианты	Оценивает выгоду	Ищет способ приобретения выбранного решения	оформление сделки	оплата	ожидание	получение ключей	проживание	программа лояльности	
1													
2													
3	Цели пользователя	Сформулировать проблему	Сформулировать решение	Понять отличия, понять как оценивать, сделать выбор	Выбрать самый выгодный вариант	Понять что будет происходить дальше	Ч чтобы устроить себя в безопасности	Чтобы все прошло очень просто, быстро и надежно	Получить уверенность что все хорошо	Получить то, что ждет быстро просто и безопасно.	Получить уверенность что все сделан правильно	Получить уверенность что все сделано правильно	
4	Основные действия пользователя	Ищет решение в интернете и платных выходов: ушли по дому (Финансы, пенсионные) Парки, владения, еда, улучшение	Выяснить какие решения проблемы существуют чтобы сформулировать задачу -запросы в поисковике обиды, -запрос рекомендаций у знакомых, - поиск отзывов, обзоров, - френдли тематических людей - расспрашивает в семье, с друзьями	-заход на спец. доски, -поиск отзывов в поисковике, -просмотр сайтов по выдане -На сайте рассматривает разные предложения, сопоставляет с запросом. -Делает просчеты в калькуляторах - оценивает доступность для себя, есть ли интерактивные сервисы, "Звонит" с ними. -Может оставить заявку на просмотр. -Обращается к риэлторам	-Безжалостно изучает сайты, -оставляет заявки, звонит, -смотрит на стройки. -Смотрит видео со стройки, отзывы, 3d визуализация, -ищет новости	Общается с менеджером разных ОП, -смотрит объекты, торгуется,	Общается с ипотечным брокером или с Банком	-подписывает договоры -платит банк -платит МРЦ	-платит мфц -оплачивает в банке	-платит стройку -получает новости и общается в соцсетях -смотрит он-лайн трансляцию -звонит менеджеру	-делает ремонт -общается с соседями -наследует парковку на предмет инфраструктуры (школа, сад, поликлиника, почта, магазин)	-Платит отрыв -отвечает на вопросы друзей пользователей об объекте в соцсетях или на отзывы -рассказывает о своем опыте друзьям и знакомым	
4	Каналы	таргет по рекламе агентства, блог, обзорные статьи в интернете и журнале, мультимедиа, сайты интеграторы, контакт на площадке с оплаченным образом жизни, решением более клиента, контент	таргет по рекламе агентства, блог, обзорные статьи в интернете и журнале, мультимедиа, сайты интеграторы, контакт на площадке с оплаченным образом жизни, решением более клиента, контент	Авто, эфир, контакт по конкретным запросам, риэлторы, банеры с объектной рекламой (квартиры, ипотека)	сайт объекта, показанные наружка (дети+подзем), соцсети	звонки, переписка в чатах, встраив	звонки, встраив	встраив	встраив	чаты, соцсети, звонки	Звонки встраив	соцсети	-контент -отзывы -личное общение
7	Барьеры	Другие интересы: бизнес, автомобиль, рестораны, спорт, рыбалка...	некто о нас ничего не знает, люди мнения не знают о нас, нет отзывов и статей о нашей компании, нет рекламы, нет отзывов, нет информативного контента о решении конкретных задач	нет объективной рекламы на досках и интеграторах, сайт по вопросам не на первой странице, при просмотре на сайт последняя страница не соответствует запросу	сайт хуже чем у конкурентов: менее красивый, с непонятной навигацией, трудно найти контакты, нет достаточно информации для самостоятельного изучения. Трудно (не возможно) попасть на стройку. Стройка грязная, работы офиса и стройки не удобной, трудно добраться до офиса, стройки, менеджер не предлагает встроить, контент плохо превентует продукт, слишком навязчив, последняя страница не соответствует целевому запросу	трудно выйти без личного преимущества, пока среди лозунга и слогана компаниям не удалось доказать другим преимуществом нет ни одного объектного объекта у застройщика нет акций и спецпредложений нет или мало "фишек" у продукта (парковка, стрелка, колонки, кладовая, видеонаблюдение, бокс машин)	-нет ипотечного брокера -нет аккредитации в крупных банках -нет раскраски -нет трейд-ин -нет удобный режим работы -нет удобно расположен офис: -мало телефонных линий	-дальний и внутренний проезд: с большим ожиданием и запутанной логистикой -трудно представить других организаторов -рис: "забыли" документы -не происходит самостоятельно решать проблемы и вопросы в незнакомом процессе без поддержки менеджера	-страх что деньги украдут (если парковка неплотная) -недоверие к комиссионной банкам за парковку (если не банк и банк) -страх ошибиться -долго ожидание в банке -не известность того как и что должно происходить в процессе	-задержка стройки -негативные новости -отсутствие информации о новостях -нет возможности от менеджера по продажам (не звонит, не общается, был нужен когда еще не купил) -отключили камеры трансляции -нет пускают на стройку	-что-то сломалось. -Быстро испорчены места общего пользования (лифт, лестничные клетки, холл) -нет запущен лифт -соседи долго делают ремонт -нет понятно где что по инфраструктуре -страшный мусор	-нет достаточного опыта совершения сделки -нет достаточного опыта проживания -нет стимулирование на совершение активности -нет каналов где можно поделиться мнением	
3	KPI	плановое количество просмотров рекламы плановая стоимость посетителя	-плановое количество заявок с каждого канала -количество просмотров рекламы -количество просмотров контента в контенте	-сайт в выдаче на 1 странице -глубина просмотра соответствует плановому уровню -заявки от риэлторского канала -план по обращению к интеграторам	-количество заявок при просмотре на сайт не превышает целевой уровень -конверсия посетителя/целевого действия	-конверсия заявки/встраив -конверсия встраив/банк	-количество просмотров клиента -количество настроен клиент	-NPS -насть обращений по рекомендации от клиента	-насть обращений по рекомендации клиента -платимый отток и активность в соцсетях -насть рекомендаций	-количество настроен клиент -платимый отток и активность в соцсетях -насть рекомендаций	-количество настроен клиент -платимый отток и активность в соцсетях -насть рекомендаций	количество лидов по рекомендациям	
5	Решение внутри компании для достижения целей пользователя	-создать PR -таргетированная реклама по рекламе агентства -реклама на площадке с перекрестными запросами	-контакт -тематические статьи -отзывы -контент -партнерские отношения с АН	-платформа на странице соответствующую запросу -факты на отраслевых досках -риэлтор -адм -интерактивные инструменты на сайте (калькулятор, подбор квартиры...)	-красивый удобный сайт на сайте Т формы на странице -заметные контакты -шуррум -удобный офис -оформленные стройки -активный менеджер -много доказательств (есть разные каналы по которым клиент может связаться с менеджером) -удобный режим работы (удлиненный день, работа по выходным) -максимально возможное количество программ продвижения, есть брокер (любой банк, раскраска, трейд-ин и т.д.)	-насть подтверждений выгода -насть акции и стандартные услуги -насть акции преимущества, менеджер владеет аргументацией -насть сравнительная таблица по конкурентам, менеджер владеет информацией о конкурентах	выстроены процессы работы с покупателями -менеджеры обучены технике продаж -менеджеры мотивированы на выполнение KPI	-у клиента есть паспорт сделки (заявка по всем этапам) -есть логистика, которую можно выстроить без участия клиента -менеджер берет на себя все риски -менеджер/ипотечный брокер берет на себя все риски -общение с партнером и решение возникающих проблем. Пространство логистика, не позволяет клиенту и невиско.	-нетий рекламы -контент -регулярный звонок от менеджера с новостями и стимулированием на рекомендацию/покупку -видео-трансляция -регулярные ДСД	-ипотечный бизнес-процесс -платимый клиенту о процедуре -удобный график посещения квартиры -поддержка новостями	-собираются отзывы и публикуются -стимулируется активность состоявшихся клиентов в соцсетях -есть мотивационная мотивация для рекомендаций и простота их контроля и выплаты		
10	Событие	таргет	Просмотр рекламы, ретаргет	Звонок на сайт, контроль	Получил обращение	Встреча в офисе -звонит на стройплощадку	Получил заявку в банк	-Создание решения банка -подписание договоров -подпись на регистрацию	УСДП/ЕХ	добавление в группу покупателей в соцсетях/чатах	выдача ключей	новый встраив	

Интересные инсайты и подтверждения гипотез

Ранние этапы принятия решения.

Иногда к риэлторам приходят раньше.
Отказываются от партнерского канала
нерационально.

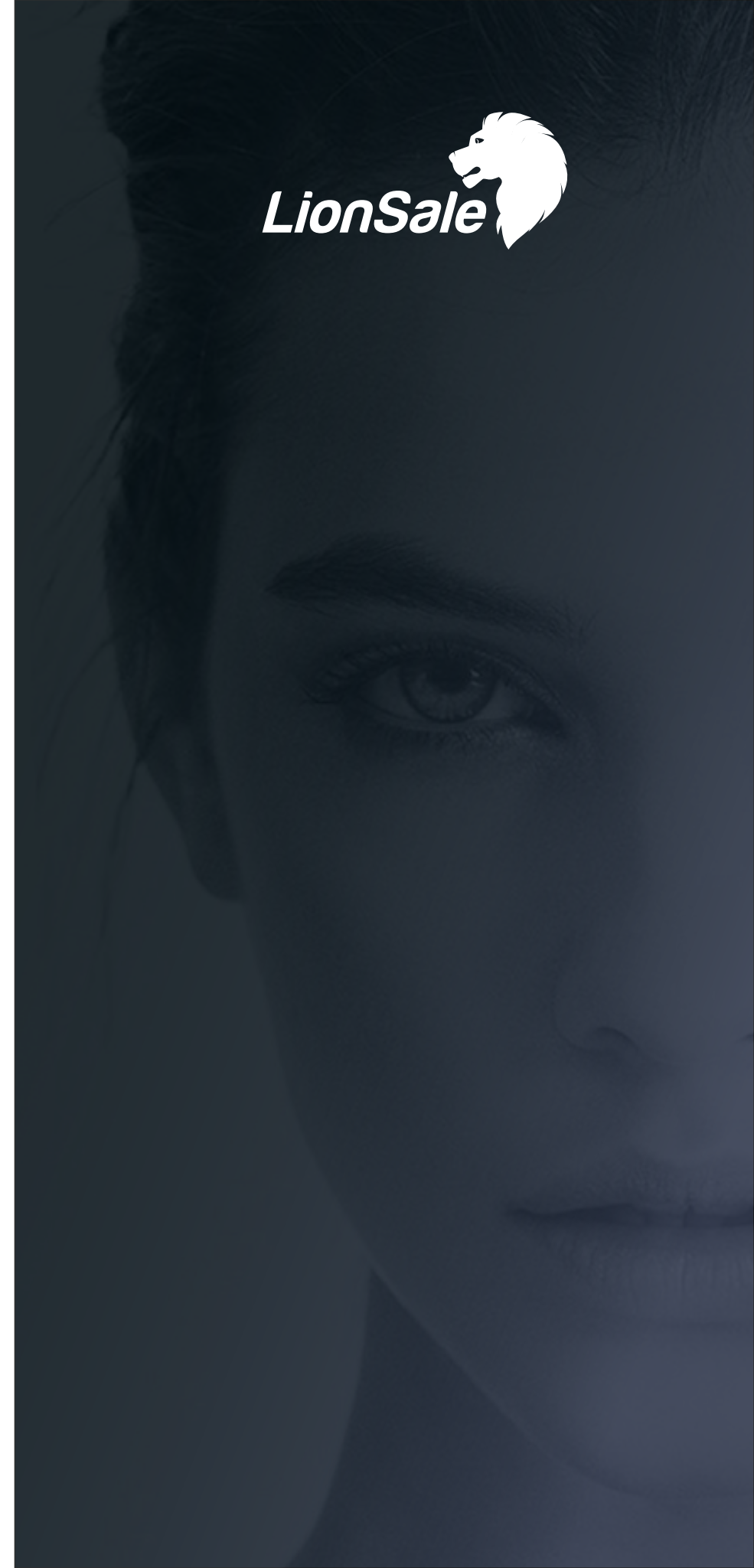
Должны быть бюджеты не только
на лидогенерационную рекламу,
но и на охватную, на контент-маркетинг
и на работу с репутацией.

Дает ответы на вопросы «зачем».

Псс!

Коммуникационная
стратегия!

Креативная концепция



3215

апарт-комплекс

Сражение выигрывает тот, кто твердо решил его выиграть.

- Л. Н. Толстой

Для тех, кто побеждает

Помимо буквального значения,
название несет и скрытый смысл: жизнь как игра.
32 и 15 - числа, которые часто фигурируют в
интеллектуальных играх.

Так, на шахматной доске в начале партии всегда
стоят 32 фигуры, для игры в преферанс
требуется 32 карты,
а в бильярде 15 шаров в начальной
позиции складывают в виде треугольника.





Система продаж

- Оргструктура
- Бизнес-процесс
- Мотивация
- Контроль качества
- Инструменты для менеджеров



Таааадам!

Золотой стандарт
аналитики
девелопера
маркетинг+продажи

Девелопер.
Отдел продаж
ПОД КЛЮЧ.

facebook.com/morozova.consult

