

Лидогенерация на рынке недвижимости: оценка эффективности и проблемы качества

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.

Поисковые системы, соц. сети, медийная реклама, работа над собственным сайтом, CRM, рассылки...

и важен качественный интегрированный показатель (в т.ч. звонки).

- ✓ Оценка по звонкам - всё равно что по посетителям в Галерее (известна тем, что очень маленькая доля покупателей).
- ✓ Полгода год два три (проблемные, неликвидный старый фонд, удаленные по локации, загородка, большая коммерция)
- ✓ От 20 до 90% потери звонков. У ВСЕХ спб крупнейших РА и мск. Часть преднамеренная (мск) - агентству. Тесты. Неверная настройка (вначале 20 процентов, 2 недели 50)
- ✓ Потери вернувшегося клиента. Через N времени. С другого устройства. "Наш сайт".
- ✓ Людей заставляют звонить - оставлять лиды - все хуже звонят. Цель - получение лида, неважно какими способами. Да, лиды увеличились, звонки тоже. А продажи? Нет.
- ✓ Сделки в звонки - с 15 на 1 уже 30-50 на 1. Перезванивают 80%. Проблема менеджеров.
- ✓ Звонки не равно реклама. Спб норм. Мск - ужас. Потеря звонков - только через посадочные.
- ✓ При уменьшении медийной рекламы и присутствия в прессе падает контекст и, например, трафик с форумов
- ✓ Важен креатив. CTR (а значит и число кликов) в зависимости от объявления может отличаться в 4 раза
- ✓ Путаница каналов – переходы с соц. сетей, приложений, https.. реферреры. UTM. Первый – последний заход перед лидом-звонок.

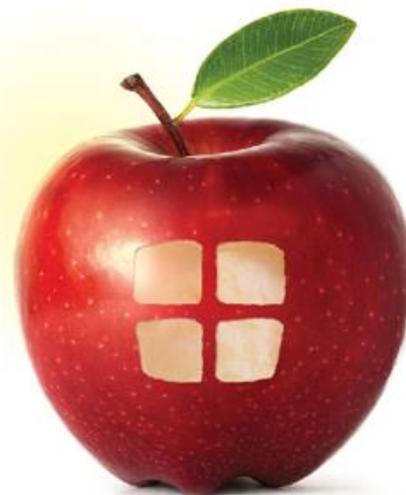
- ✓ 100 схем. Порталы стали РА. РА имеют свои проекты. Цель - звонок. Качество неважно.
- ✓ Арбитраж трафика. Контекст, соц сети, инстаграмм, партнерки. Игра с ретаргетингом. а) общего трафика б) конкретных жк в) общие "срочно нужны очевидцы на скидку"
- ✓ Продажа баз людей с определенными интересами агентствами.
- ✓ Спам по sms, whats up, и проч.
- ✓ Прокидывание аудитории
- ✓ Колл бэки и "занятость номера".
- ✓ Подмена официальных сайтов. Похожие домены. Скопированные полностью сайта для арбитража.
- ✓ Колл центры. Внимание. Возможность выезда для просмотра объекта. ☺
- ✓ Партнерки вебмастеров
- ✓ Сборщики лидов для обзвона - из телефонов в звонки. Заманухи.
- ✓ Объявления на порталах. Для новостроек спб работает 5 порталов. ВСЁ.
- ✓ Запуск ртб (90% провалов)
- ✓ Сервисы youdo и прочих "исполнителей" (realty.ru)
- ✓ Специальные приложения «выбора новостройки»
- ✓ Оффлайн дежурства у новостроек и расклейки объявлений.
- ✓ (можно продолжать долго)

- ✓ Пришло в Москве. Рынок болен.
- ✓ В Петербурге пока стопорится, но московские "РА-порталы" и пара спб вентилируют ситуацию.
- ✓ Итог - от полной профанации до совершенно холодного клиента.
- ✓ Цена звонка в спб в новострое от 700 до 5000 р. По рекламе от 2 000 до 50 000. Вероятность сделки 1 звонок по 50 и 70ти по 700 одинакова.
- ✓ Выход - уход от оценке / покупке звонков в интегрированные показатели
- ✓ Сквозная аналитика – красивые слова.

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