

Бизнес-процессы и сквозная аналитика для недвижимости

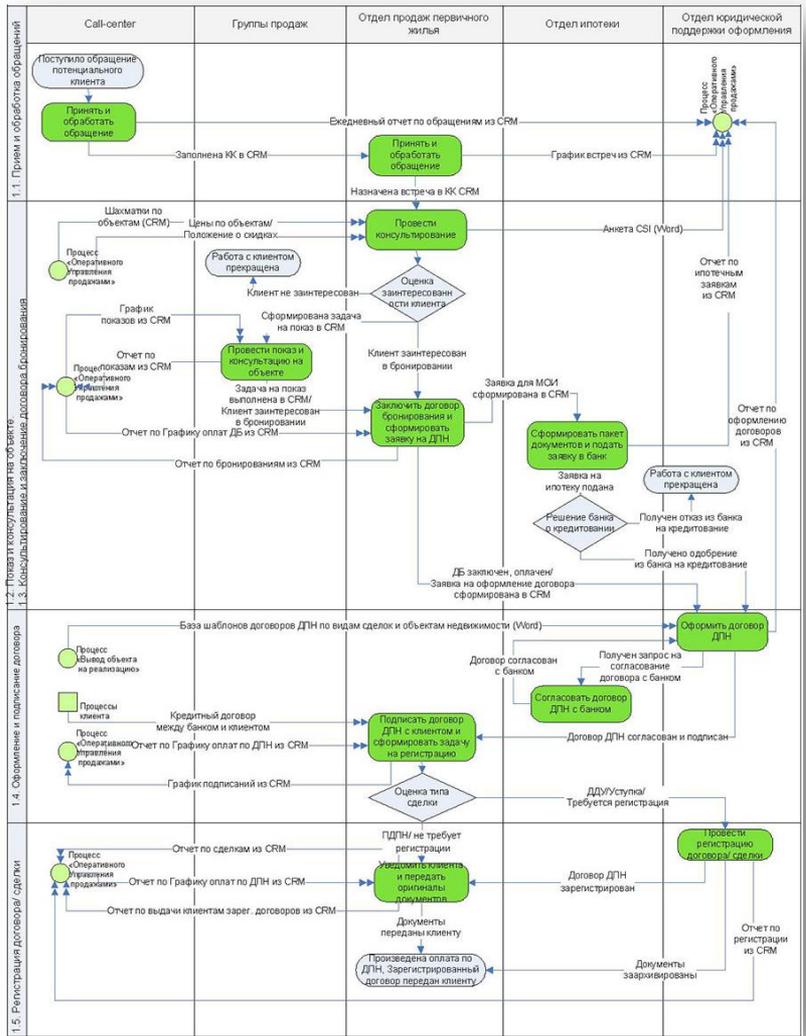
# Что нужно сделать в первую очередь и какие результаты это принесет?

Руководитель отдела продаж

Галкин Артем

CoMagic

# Бизнес процессы в недвижимости



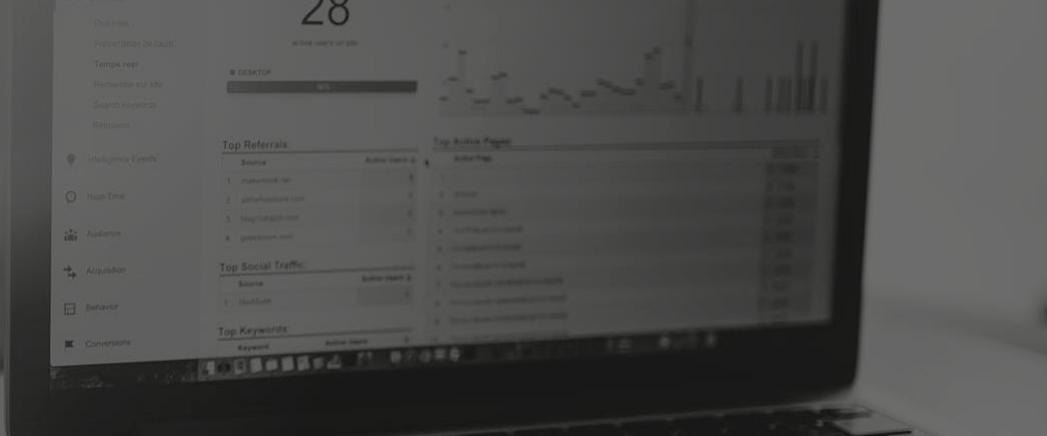


**Маркетинг**

**Сервис  
аналитики**

**Продажи**

Наша **экспертиза**



**350** клиентов

**1500** сайтов

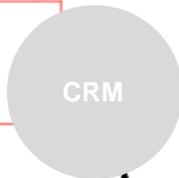
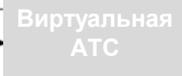
# Типовые сложности в процессах

## По данным о сделках нет понимания:

- как атрибутировать сделку;
- как суммировать итоги сделок.



Правила маршрутизации



Данные аналитики

Менеджеры ЦИС распределяют звонки менеджерам



Все данные звонка и сам звонок



Результат общения

## Нет понимания, как работать:

- дубли звонков;
- звонки не привязаны;
- звонки удаляются;
- звонки не имеют сущности доп. контакты.

## Не используются в анализе доп. категории:

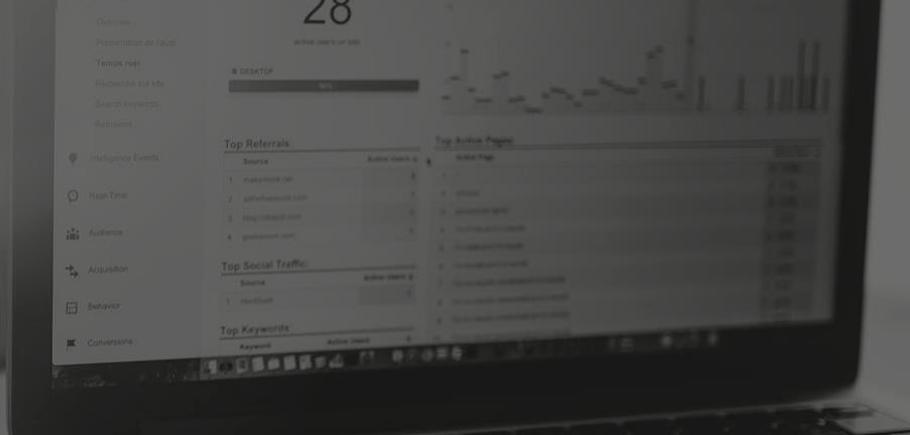
- этажность;
- количество комнат;
- тип покупки;
- другое.

## В CRM работают не все участники бизнес- процесса.

(например, агентства или брокеры выведены в другие CRM-решения)

## Не учитывается приоритет обращений при первичной обработке.

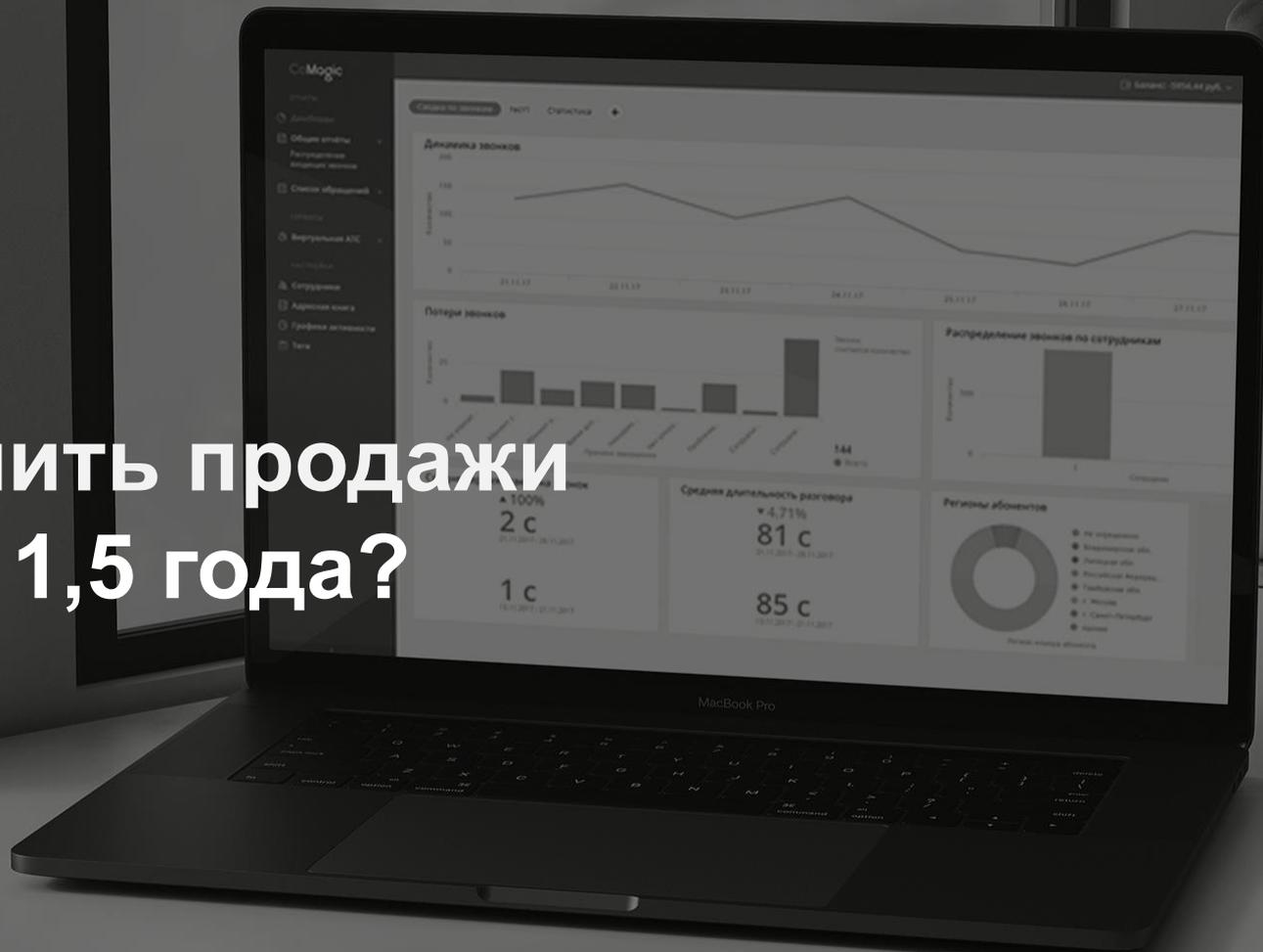
# Как результат...



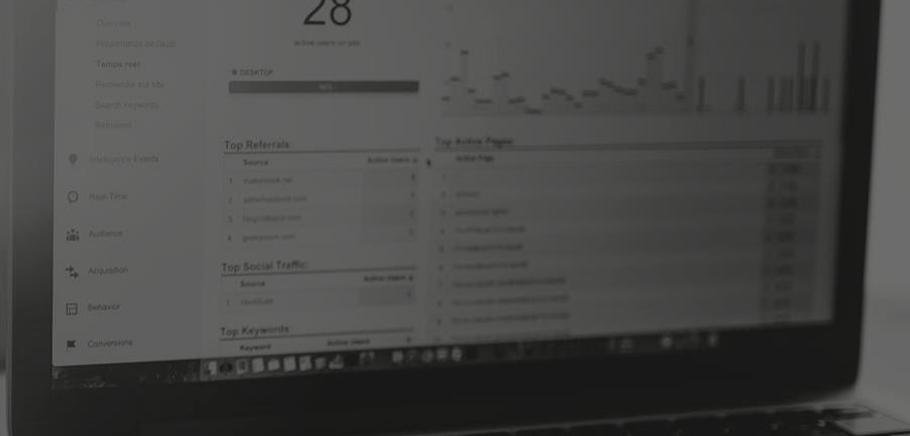
1. Принятие неверных решений при оптимизации денежных средств по рекламным каналам.
2. Сокращение числа продаж.
3. Нецелевое расходование денежных средств.

# Кейс

## Как увеличить продажи в 2 раза за 1,5 года?



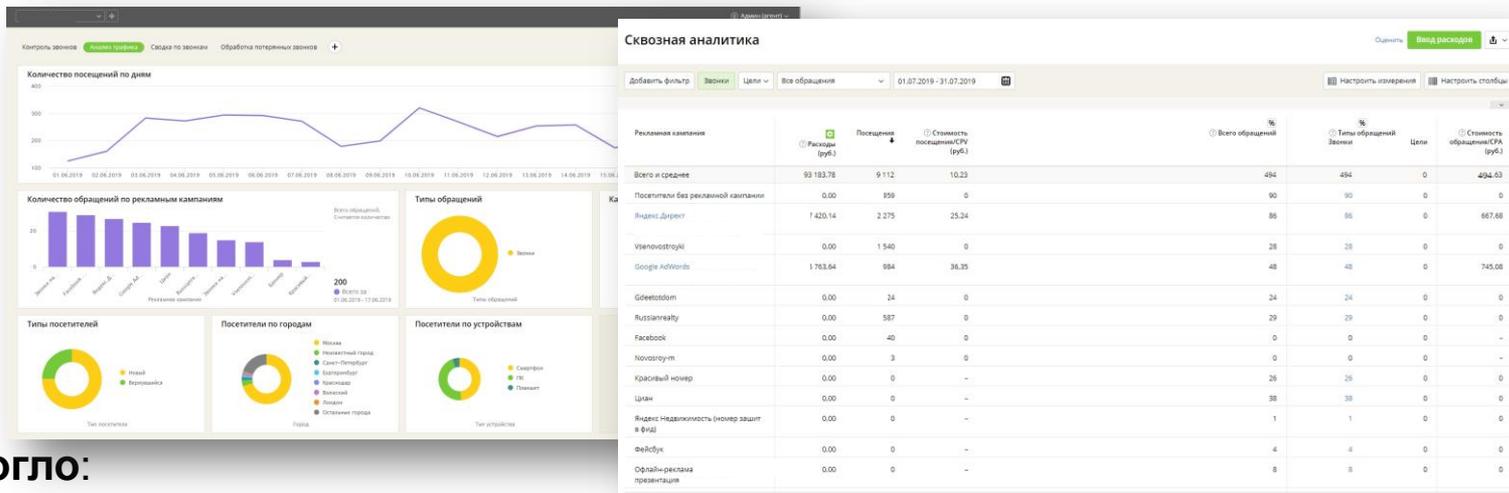
# Задачи



1. Увеличить количество **продаж в 2 раза.**
2. Выстроить коммуникацию с аудиторией, чтобы еще на стадии показа пользователю рекламы отсекать нецелевые звонки.  
**Снизить показатель отказа, связанный со статусом «апартаменты».**

# 1. Оптимизация рекламного бюджета

Подключили дашборды и сквозную аналитику:

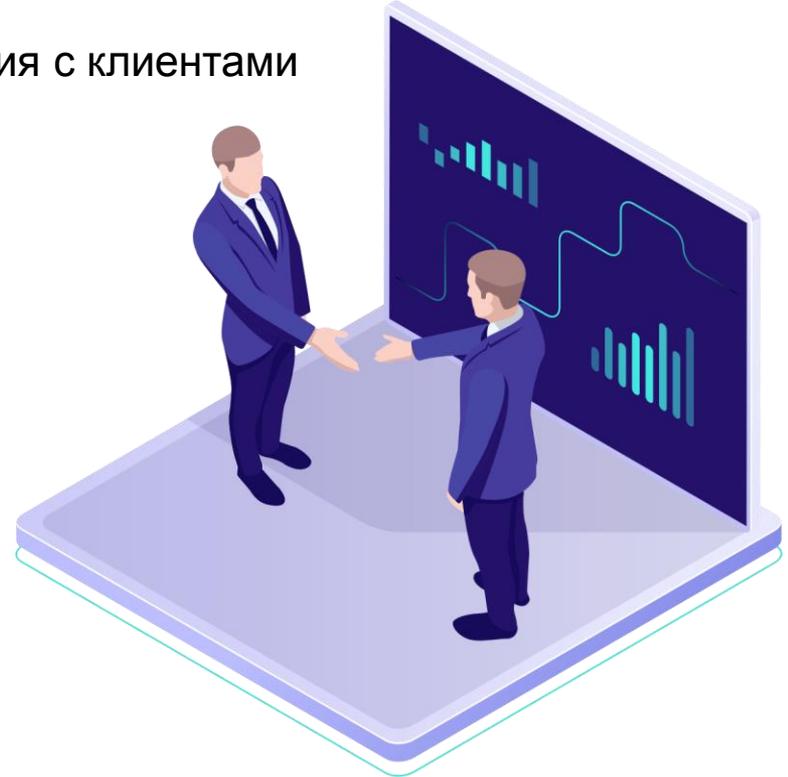


Помогло:

- ✓ Проанализировать трафик и определить количество обращений каналам;
- ✓ Отследить число целевых, нецелевых, повторных обращений;
- ✓ Определить, в какие рекламные источники стоит вкладывать бюджет.

## 2. Оценка качества работы **отдела продаж**

- ✓ Тайный покупатель
- ✓ Точечная проработка регламент взаимодействия с клиентами





## 4. Отслеживание всех касаний клиента с сайтом

- ✔ Отслеживание пути клиента при всех взаимодействиях с сайтом.
- ✔ Выявления самых конверсионных рекламных каналов с учетом длительного цикла принятия решения о покупке 6-10 месяцев.

## 5. Запустили и настроили **отслеживание офлайн-рекламы**



Офлайн баннеры напротив жилых комплексов застройщиков-конкурентов, чтобы переманить их клиентов выгодными уникальными акциями и характерными преимуществами.



Данные об эффективности маркетинговых офлайн-каналов объединяли с данными об эффективности онлайн-источников и сводили в удобные отчеты.

# Итог

Месяц	2018										2019								Общий итог
	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг		
<b>Продажи (ДДУ)</b>	6	7	1	12	14	16	11	14	11	2	3	11	13	9	10	16	14	<b>170</b>	
<b>Конверсия общая (%)</b>	2,23	4,27	0,44	4,69	5,91	6,40	3,34	5,13	4,01	1,70	1,29	4,06	7,22	4,92	6,10	6,87	8,59	<b>4,38%</b>	

	Предыдущие периоды с другими РА							Общий итог
	Сен 2017	Окт 2017	Ноя 2017	Дек 2017	Янв 2018	Фев 2018	Фев 2018	
<b>Продажи (ДДУ)</b>	0	1	0	7	5	3	8	<b>24</b>
<b>Конверсия общая (%)</b>	0,00	0,55	0,00	2,18	2,09	1,34	1,71	<b>1,36%</b>

Сводный отчет «Динамика количества продаж и конверсии звонков в продажи по месяцам»

# Итог:



с **35 000** рублей  
до **900** рублей

Снизили стоимость  
лида



С **2%** до **95%**

Повысили конверсию  
трафика в лиды



На **114%**

больше успешных  
перезвонов по заявкам  
из Facebook и Instagram

# Спасибо за внимание!

Руководитель отдела продаж

Галкин Артем

CoMagic