

ИНСТРУМЕНТОВ Маркетинга в торговой НЕДВИЖИМОСТИ

Игорь Степанов,
Руководитель Категории
Коммерческая Недвижимость и услуги



Коммерческая недвижимость в Авито

230+ тыс

актуальных
объявлений

10+ млн

Визитов в месяц

35+ млн

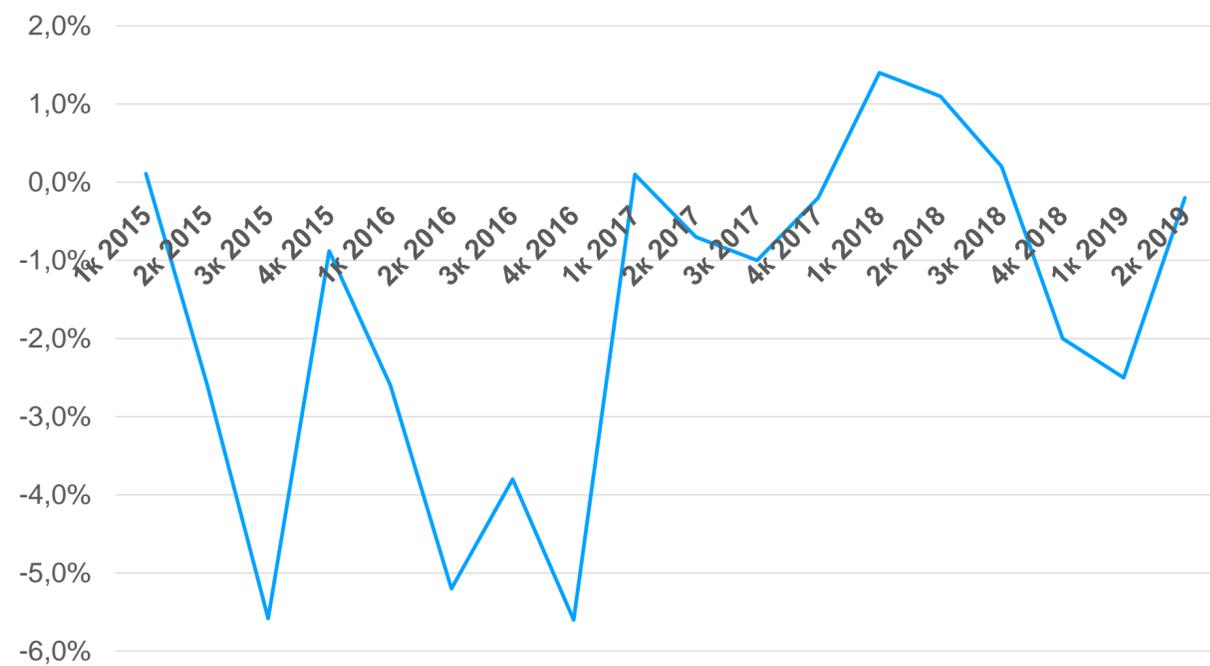
Просмотров страниц в
месяц

3+ млн

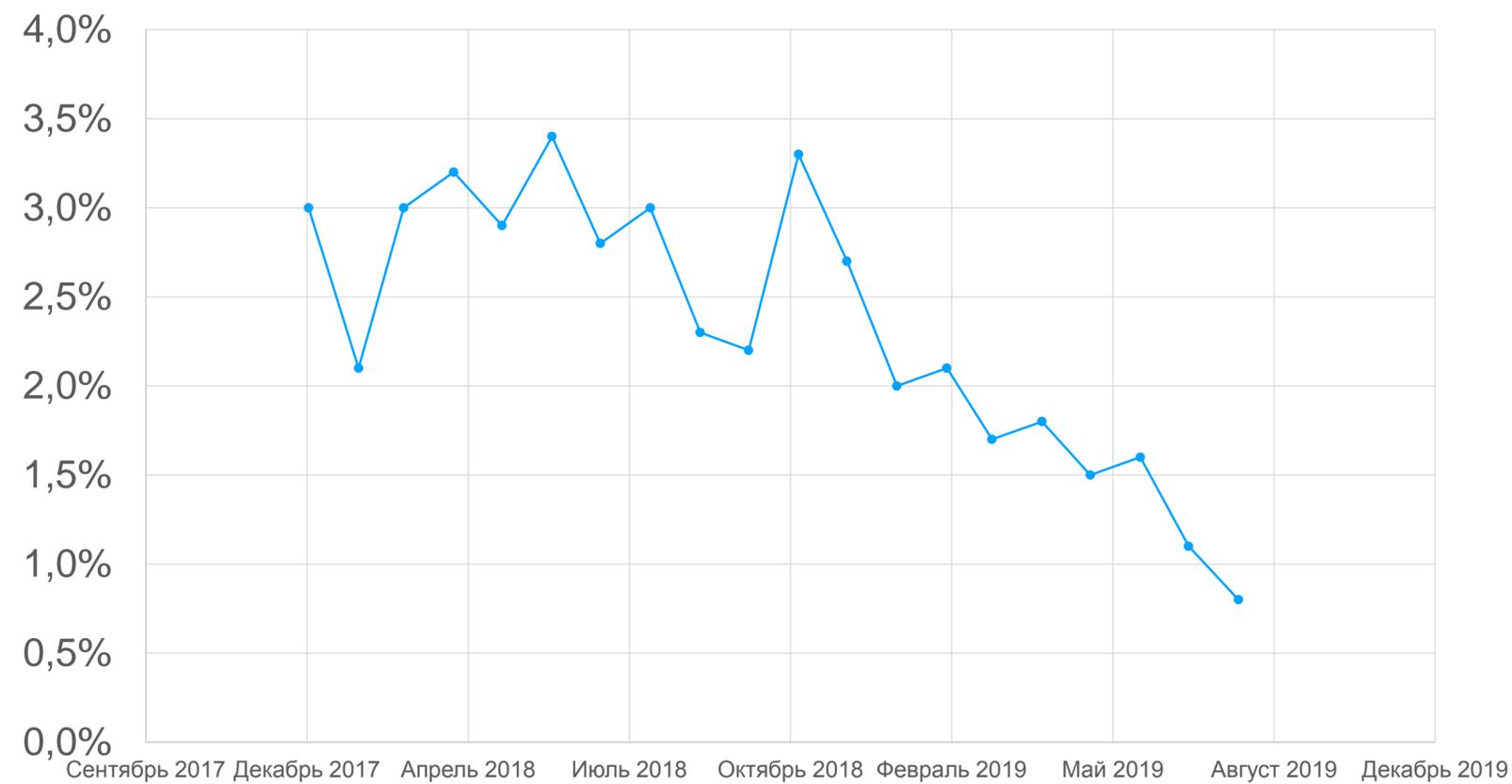
Уникальных посетителей в месяц

Доходы населения стагнируют, что драйвит потребительские расходы вниз

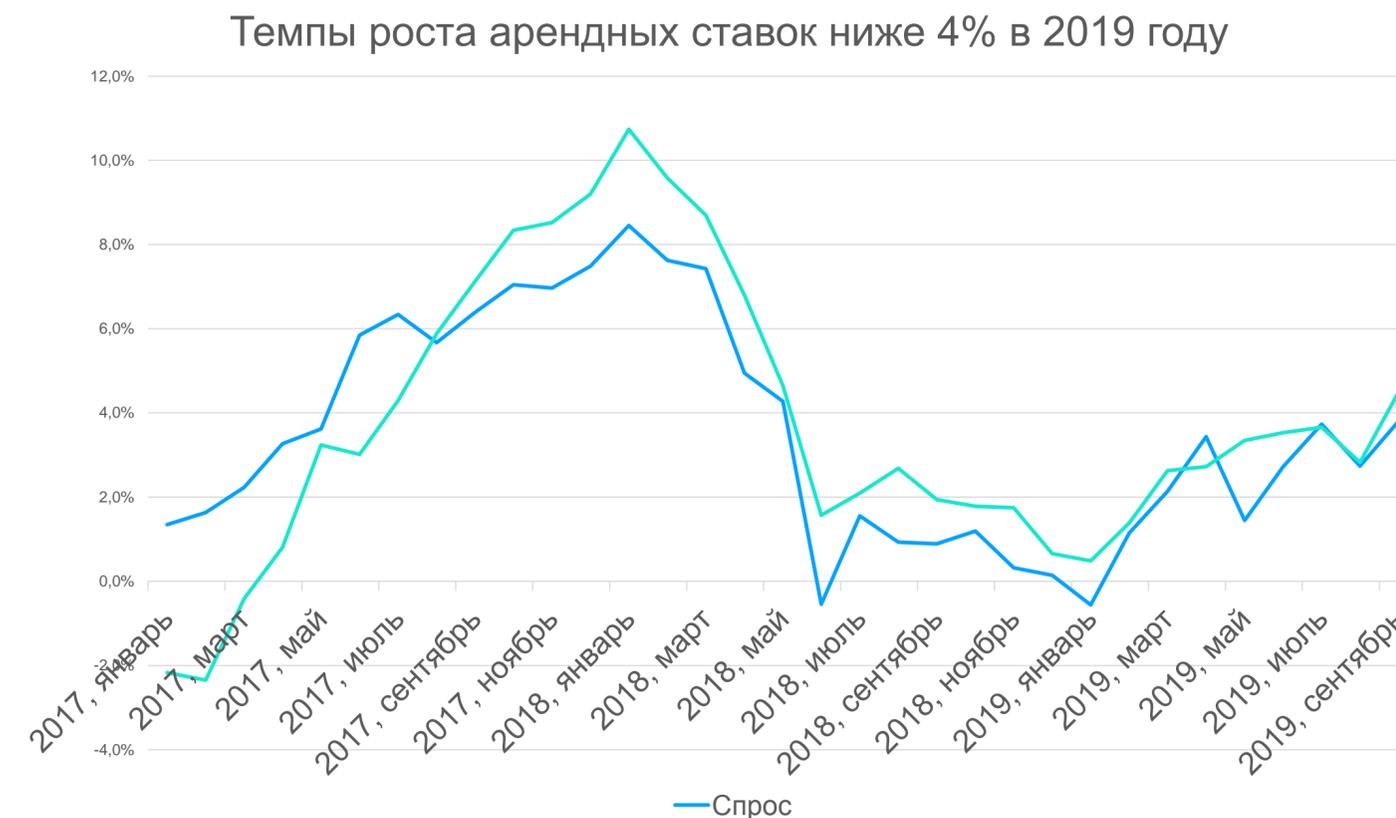
Динамика реальных располагаемых доходов населения



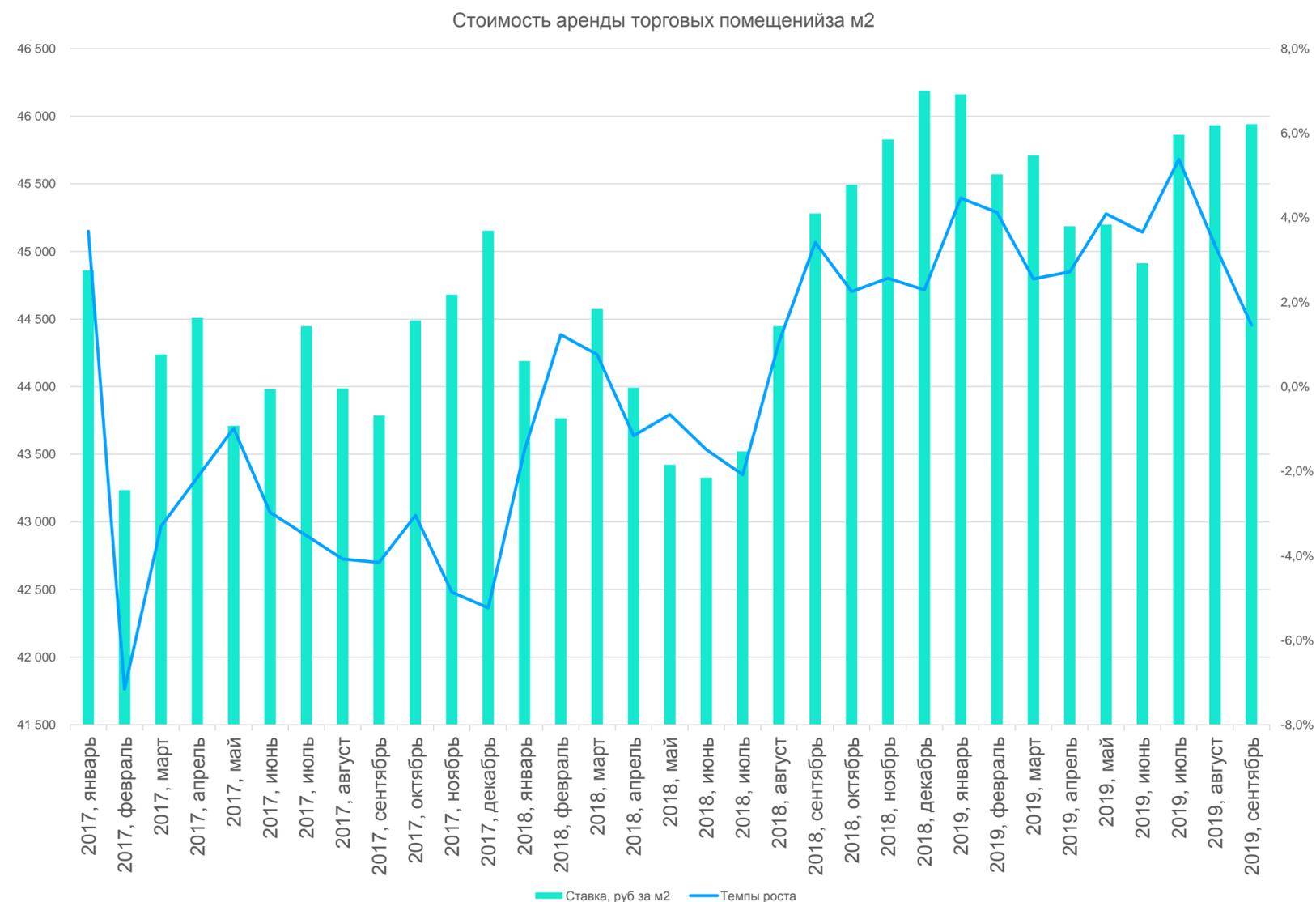
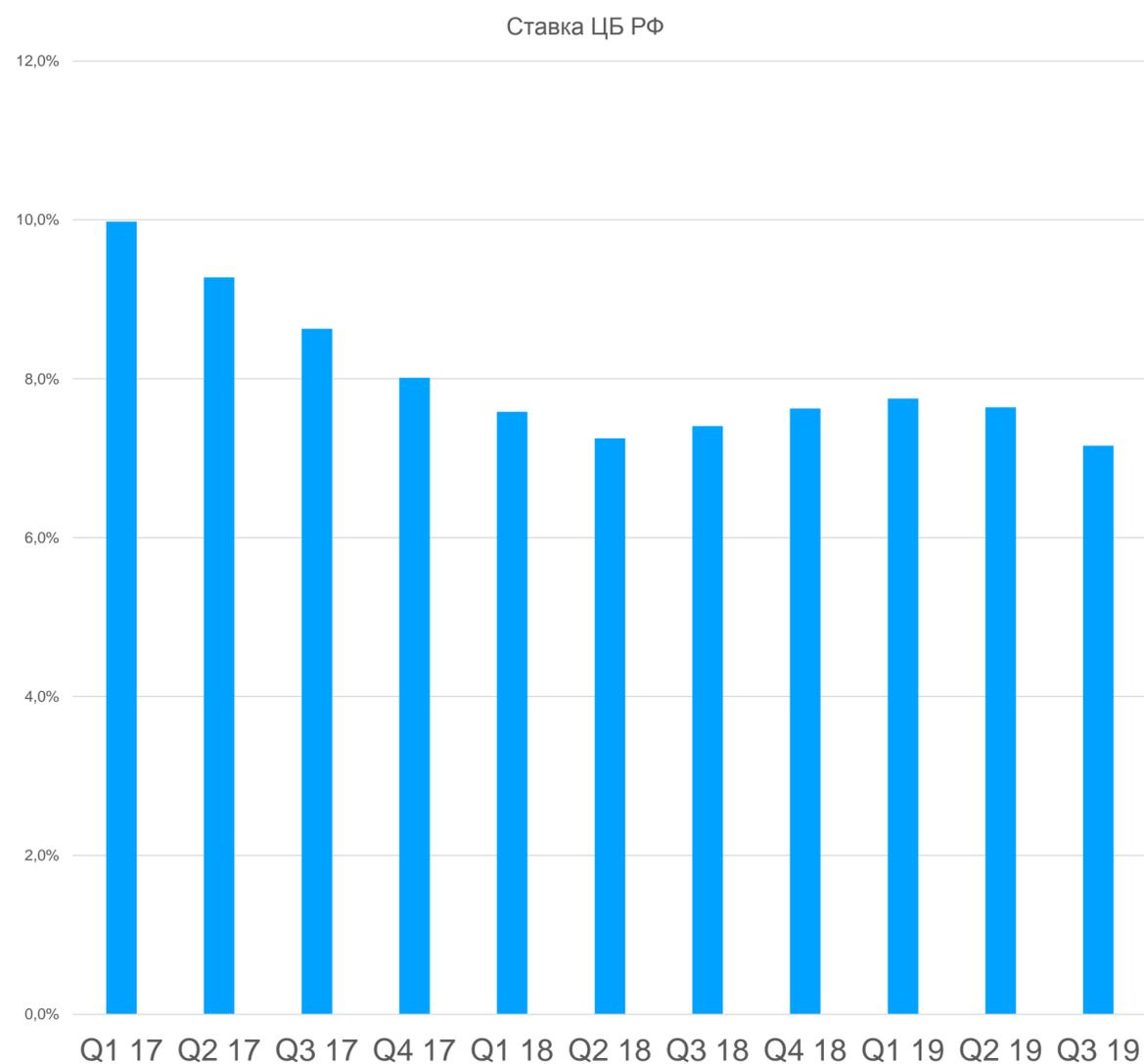
Рост оборота розничной торговли РФ, год к году



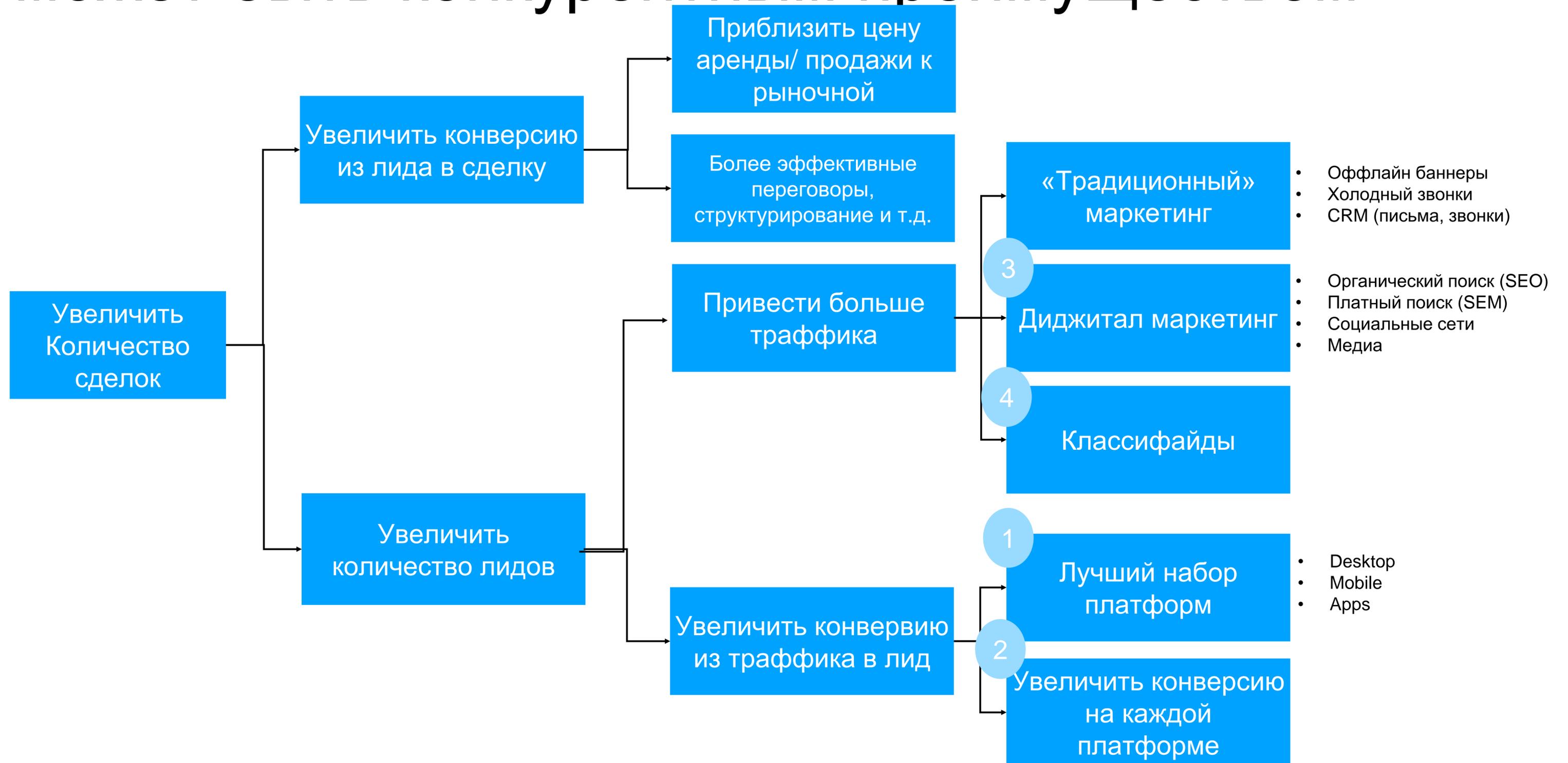
Цены падают на аренду растут медленнее инфляции



Снижающиеся ставки поддерживают цены на продажу торговых помещений



На сложном рынке увеличение количества лидов может быть конкурентным преимуществом



1 На текущем рынке мобильный сайт становится почти также важен как и Desktop

Device Distribution ⓘ
Jan 2019 - Aug 2019 🇺🇸 United States

Domain

loopnet.com

product.costar.com

Similarweb

Desktop

Mobile

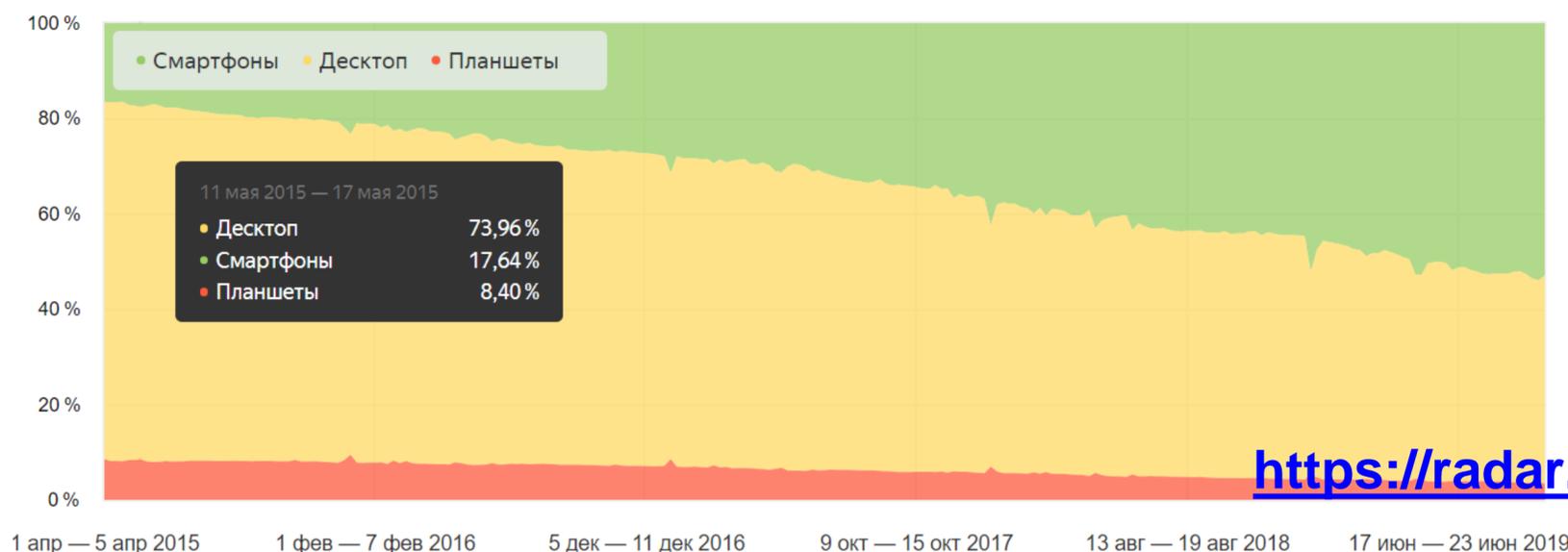
59.88%

40.12%

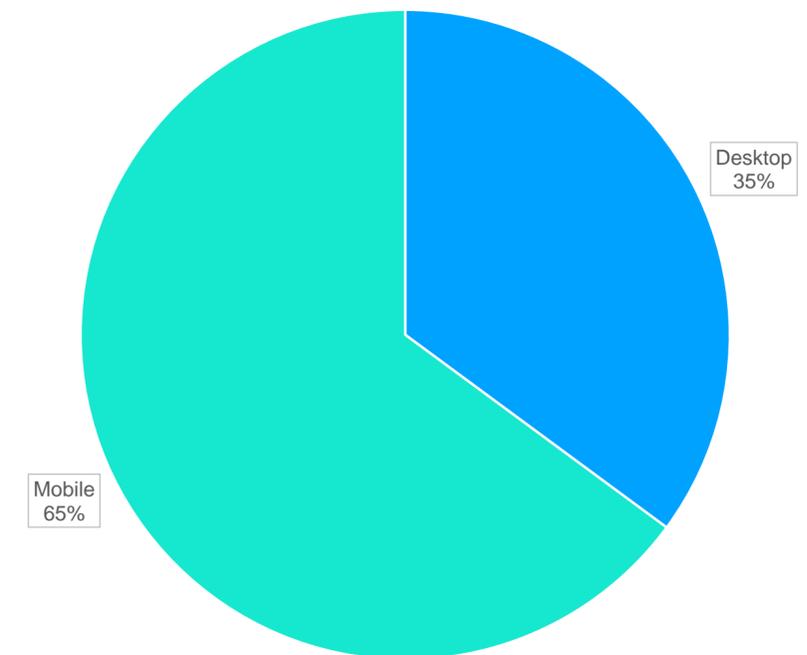
99.57%

0.43%

Доля визитов



Доля трафика в поисковом запросе «аренда магазина» в Яндексе



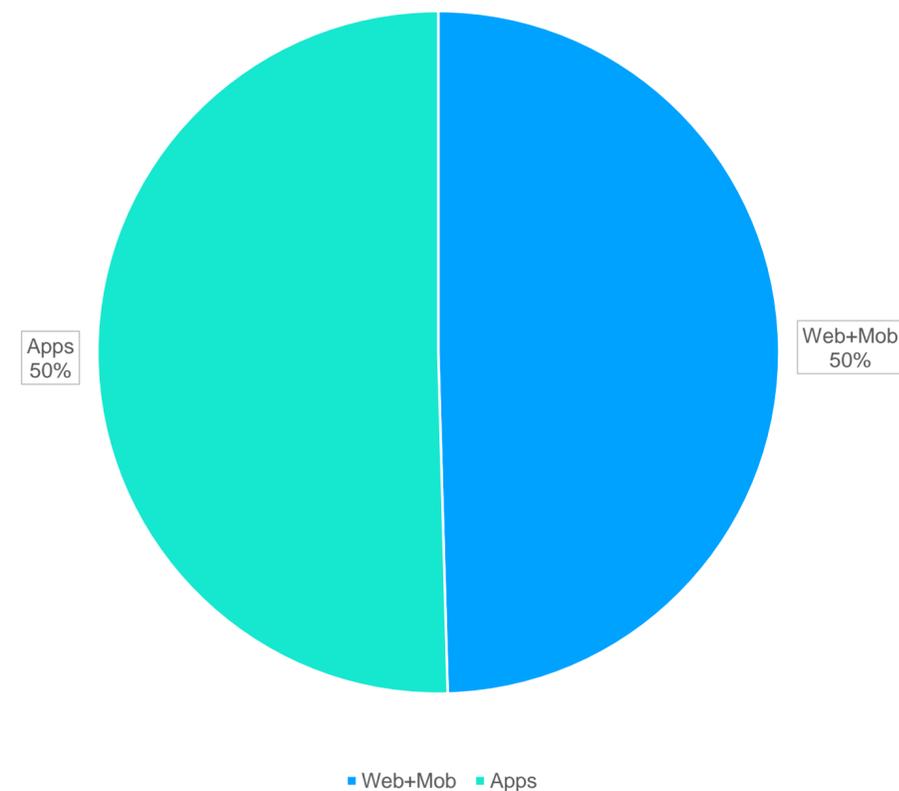
wordstat.yandex.ru/#!/?db=mobile&words=аренда%20магазина

https://radar.yandex.ru/device_categories?period=2015-04-01%3A2019-09-29

1 Приложения играют огромную роль...

- Из 3+ млн. активных пользователей в месяц Avito CRE, около 50% приходится на приложения

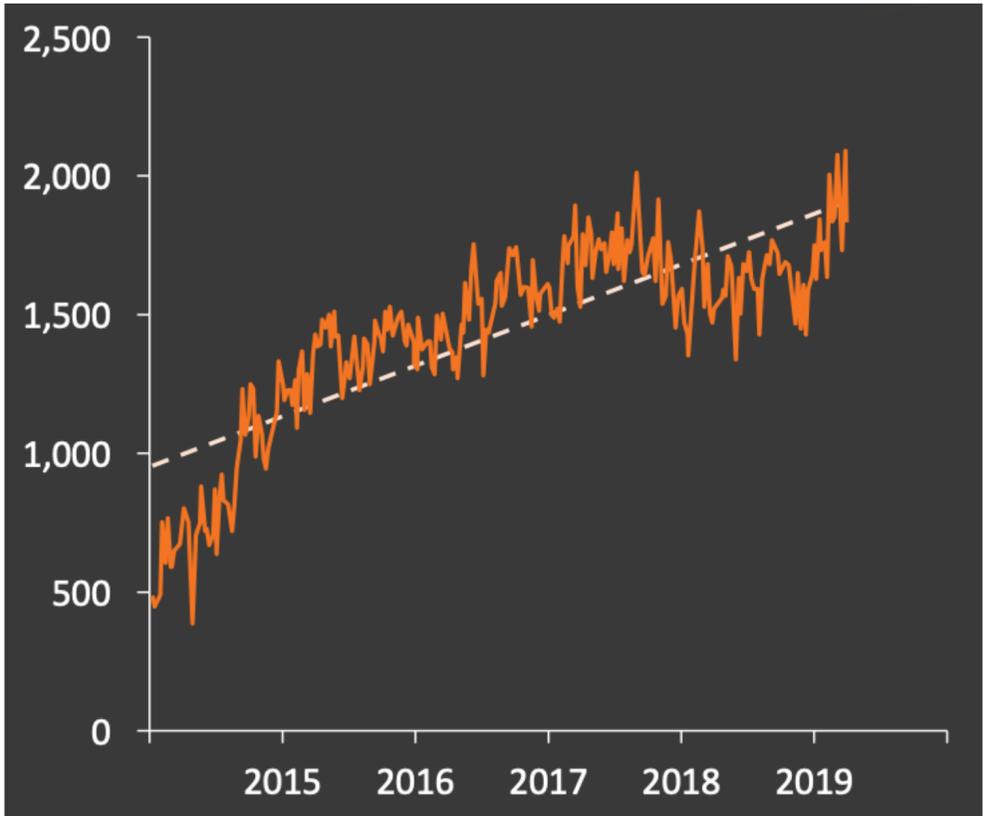
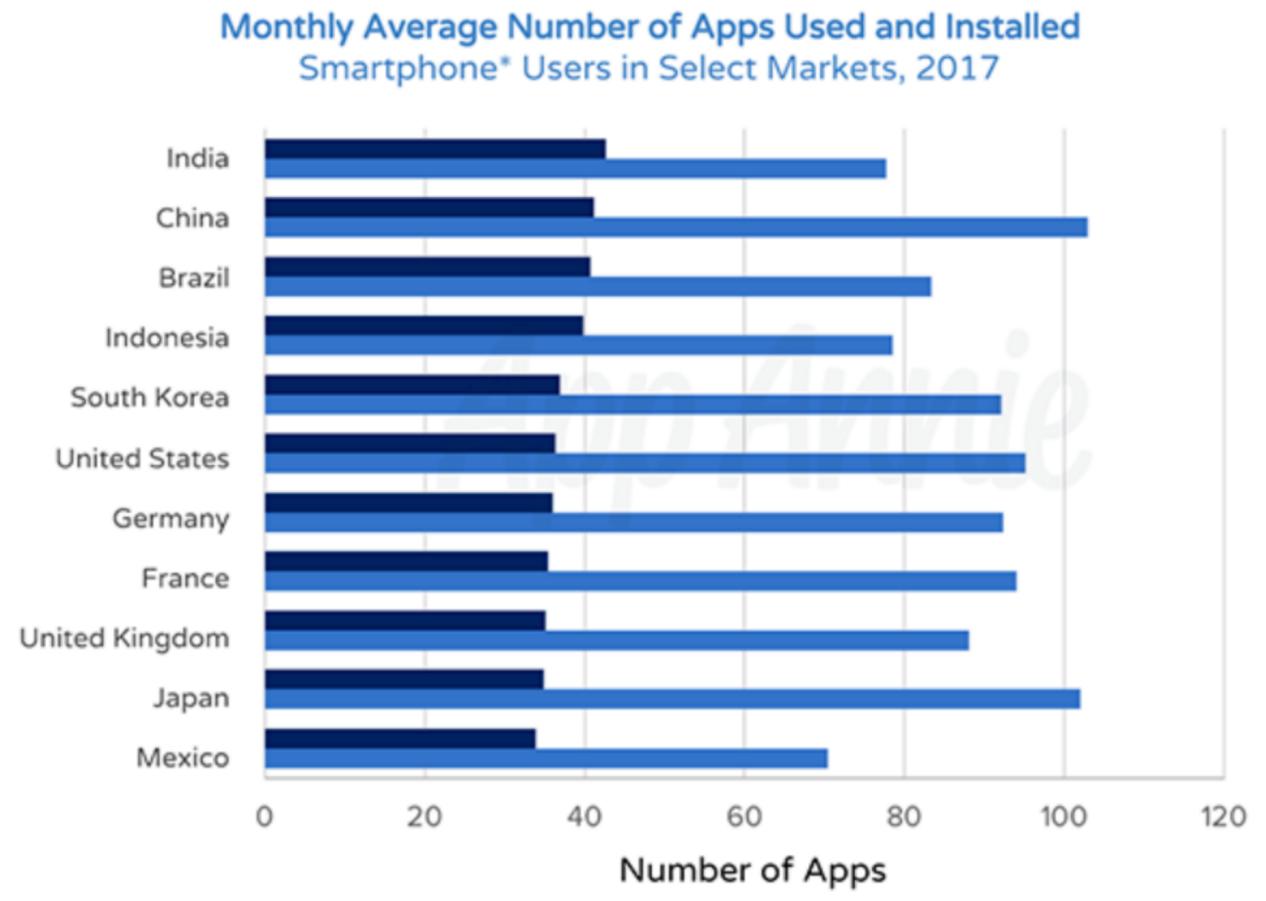
Приложений против Web и мобильного сайта



1

...НО СТАТЬ ЗНАЧИМЫМ ИГРОКОМ В ПРИЛОЖЕНИЯХ СЛОЖНЕЕ С КАЖДЫМ ГОДОМ

Средний возраст (дни в app store) топ-30 приложений в каждую неделю, 2015-2019



Breakout Apps of Q3 2019

Top Apps Worldwide
iOS App Store & Google Play, Q3 2019

Rank	Downloads	Rank Change vs. Q2 2019	Consumer Spend	Rank Change vs. Q2 2019	Monthly Active Users	Rank Change vs. Q2 2019
1	Facebook Messenger	-	Tinder	-	WhatsApp Messenger	-
2	Facebook	-	Netflix	-	Facebook	-
3	TikTok	▲ 1	IQIYI	▲ 1	Facebook Messenger	-
4	WhatsApp Messenger	▼ 1	YouTube	▲ 1	WeChat	-
5	Instagram	-	Tencent Video	▼ 2	Instagram	-
6	Likee	▲ 1	Pandora Music	-	TikTok	-
7	SHAREit	▼ 1	Google One	▲ 5	Alipay	-
8	Snapchat	▲ 1	LINE	▲ 1	QQ	-
9	FaceApp	▲ 1	LINE Manga	▲ 1	Taobao	-
10	Netflix	▲ 2	Bumble	▲ 3	Baidu	-

*Preliminary Q3 Data

*iPhone and Android phone combined

2 Оптимизация сайта имеет огромную роль

Engagement ⓘ

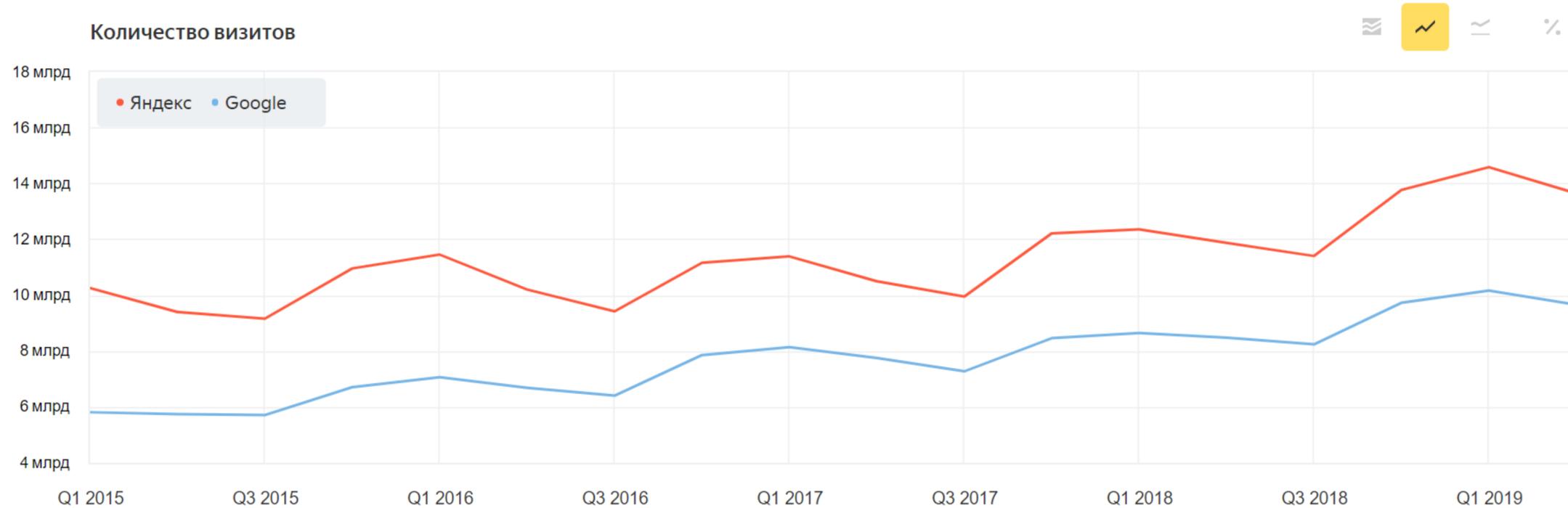
Jun 2019 - Aug 2019 🌐 Worldwide

Domain	📅 Monthly Visits	👤 Unique Visitors	👤 Visits / Unique Visitors	🕒 Avg. Visit Duration	📄 Pages/Visit	📈 Bounce Rate
📱 arrpro.ru	15,646	6,084	🏆 2.57	🏆 00:05:36	🏆 5.33	🏆 39.76%
🏠 arendator.ru	🏆 66,468	🏆 42,677	1.56	00:02:46	2.99	64.20%
🏢 bazametrov.ru	18,689	13,658	1.37	00:03:33	3.23	58.89%
📄 zdanie.info	43,331	26,581	1.63	00:03:04	2.89	64.92%
🏠 theproperty.ru	9,859	6,369	1.55	00:03:14	3.43	63.97%

Почему такая разница:

- Удобный поиск по основным параметрам с возможностью учесть текстовый запрос
- Большое количество контента (показать количество очень важно)
- Большие фотографии
- Детальное описание
- Поиск по карте
- «Похожие»

3 Поисковые запросы – значимая часть трафика, но требующая кропотливой работы



Что влияет на место в выдаче:

- Релевантность запросу клиента: url, заголовки, тайтлы
- Что видит клиент на выдаче поисковика (конверсия в клик)
- Поведение клиента на сайте (скорость, релевантность контента)

3 «Узким» запросам как правило дешевле и проще получить достойное место в выдаче поисковика

Широкие запросы актуальны, только если у вас очень много контента и вы готовы делать ставку на SEO

Стоит фокусироваться на узких запросах

Брендовый трафик важен (пример loopnet)

аренда коммерческой недвижимости +

Domain (47)	Traffic Share ↓
1 avito.ru	24.88%
2 cian.ru (13)	18.24%
3 domofond.ru	11.03%
4 yandex.ru (3)	10.03%
5 irr.ru (9)	6.53%
6 n1.ru (6)	6.05%
7 youla.ru	4.16%
8 move.ru (5)	1.82%
9 gde.ru (2)	1.21%
10 mail.ru	1.16%

аренда площадей в переходах метро

About 374,000 results (0.27 seconds)

Павильон в переходах метро - Аренда коммерческой ...
<https://www.avito.ru> > ... > Снять > Translate this page
Объявления о сдаче в аренду коммерческой недвижимости без посредников - цены на аренду магазинов в Москве на Avito.

Аренда у метро, аренда торговых площадей, аренда под ...
<https://arendametro.ru> > Translate this page
Аренда у метро, аренда торговых площадей, аренда под магазин, аренда в метро, аренда отдела.
Кофе с собой · Новые объекты · АРЕНДА ПОМЕЩЕНИЙ у ... · ШаурмаТандыр

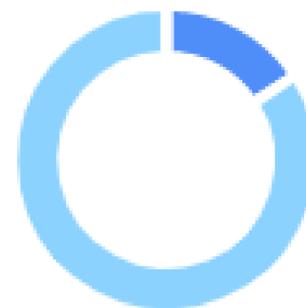
Аренда торговых помещений рядом с метро ... - Циан
<https://www.cian.ru> > ... > ЦАО > Красносельский > Translate this page
Объявления об аренде торговых помещений рядом с метро Комсомольская. ЦИАН - самые свежие и актуальные объявления об аренде торговых ...

Аренда помещений в метро
<https://www.apex-realty.ru> > htmlvars > ln_magaz_5 > Translate this page
Предложения по аренде торговых помещений, магазинов, палаток, павильонов и киосков в подземных переходах и у метро.

Москва продаст права на торговлю еще в 500 павильонах ...
<https://www.vedomosti.ru> > articles > 2016/07/18 > 649... > Translate this page
Jul 17, 2016 - В 2012 г. торговых точек в метро насчитывалось, по данным Московского ... Сократились торговые площади на «Пражской», ... разыграли киоски в переходе станции «Новокосино», права аренды которых два год ...

Аренда павильонов в переходах метро Москвы, опыт - Форум...
<https://www.biznet.ru> > topic223114 > Translate this page

Branded Traffic ⓘ
Jun 2019 - Aug 2019 🌐 Worldwide



Branded 15.82%
Non-Branded 84.18%

3 Социальные сети могут в неявном виде приносить значимое количество лидов

- Ориентироваться на показы, а не на клики (разные платформы и цели)
- Показать, кто нужный клиент для определенного сегмента (look alike по площади помещения, локации и т.д.)
- Использовать таргетированную коммуникацию и экспериментировать с ней
- Дать сети обучаться (Pixel)



После применения на Авито стратегии стоимость лида упала в

7x

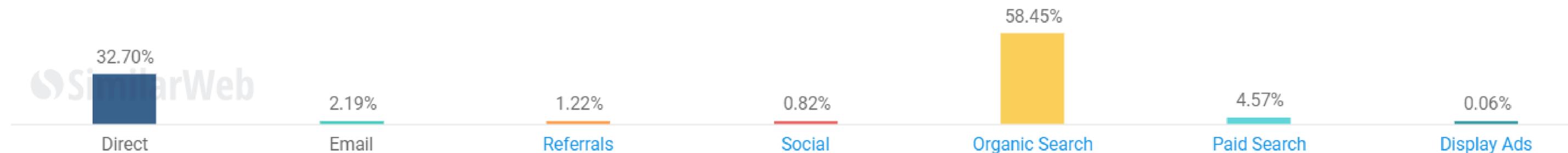
раз

4 Классифайды могут быть источником дешевых лидов благодаря низкой доле платного трафика и высокой конверсии

У Loopnet доля платного трафика – около 5%

Channels Overview ⓘ

Jun 2019 - Aug 2019 🌐 Worldwide 🖥️ Desktop Only



Конверсия классифайдов в лида обычно выше :

- Весь контент – если не подошел один объект, то подойдет другой
- Технологии и данные (поиск, рекомендации, модерация) и выделенные команды разработки

4 Классифайды – источник «частных» лидов

Engagement ⓘ

Jun 2019 - Aug 2019 🌐 Worldwide

Domain	Monthly Visits	Unique Visitors	Visits / Unique Visitors	Avg. Visit Duration	Pages/Visit	Bounce Rate
product.costar.com	1.457M	108,750	13.40	00:14:51	10.85	25.81%
loopnet.com	4.865M	2.262M	2.15	00:07:15	10.31	37.59%

Почему «частные» клиенты приходят на классифайды:

- Весь контент на рынке
- Контент от собственников
- Делал сделку в другой категории (недвижимость, е-commerce, услуги и т.д.) или в этой же до этого

5 Как эффективно работать на классифайде?

Поиск по
фильтрам и/или
поисковой строке

Инсайты: 15% запросов – текстовые, 2x больше показов у объявлений с фото
Как достичь: детально заполнять всю инфо, размещать объявления с фото

Поиск по карте

Инсайты: 15% ищут по карте
Как достичь: выгружать весь контент

Ищет по
брендовому
запросу в поиске

Инсайты: Url магазина на Авито индексируем
Как достичь цели: получить персональный url, заполнить страницу с магазином и поддерживать ее

Ищет по
небрендовому
запросу в поиске

Инсайты: лендинги Авито ведут на автопримененные фильтры, запросы в поисковой строке и просто объявления
Как достичь цели: детально заполнять всю инфо, пока помещение не сдано – не убирать

5

Как эффективно работать на классифайде?

Просматривает
выдачу

Цель: попасть в топ выдачи

Инсайты: 20%+ просмотров – через рекомендации на странице айтема, на первые строки больше кликов

Как достичь цели: VAS, весь контент, описание

Решает кликнуть
или нет на
объявление

Цель: конверсия в клик

Инсайты: большие и качественные фото, заголовок, релевантная цена – основные критерий для решения

Как достичь цели: улучшить фото

Решает
позвонить или
нет

Цель: конверсия в звонок

Инсайты: По объявлениям с большим количество фото и полным описанием звонят больше

Как достичь цели: фото + описание

Разговаривает с
продавцов

Цель: клиент дозванивается

Инсайты: [30]% звонков остается без ответа

Как достичь цели: отвечать на звонки, переводить звонки на другого агента или секретаря

Конвертируется
в лид

Цель: конверсия в визит

Инсайты: существенная часть лидов не конвертируется в визит

Как достичь цели: подключить колл-трекинг и оценивать качество ответов

Как увеличить количество лидов?

- Рынок стагнирует: если не развивать экспертизу в маркетинге, то конкурировать сложно
- Улучшать конверсию на своих объявлениях и сайтах
- Пробовать разные каналы, понимая плюсы и ограничения каждого
- Считать стоимость лида для каждого канала
- Оптимизировать работу каждого канала маркетинга
- Если еще не пробовали ни один из каналов – начать с классифайда, он проще и скорее всего дешевле