

Развлекательная реклама в недвижимости и другие ошибки

Дмитрий Карпушин, Ленстройтрест



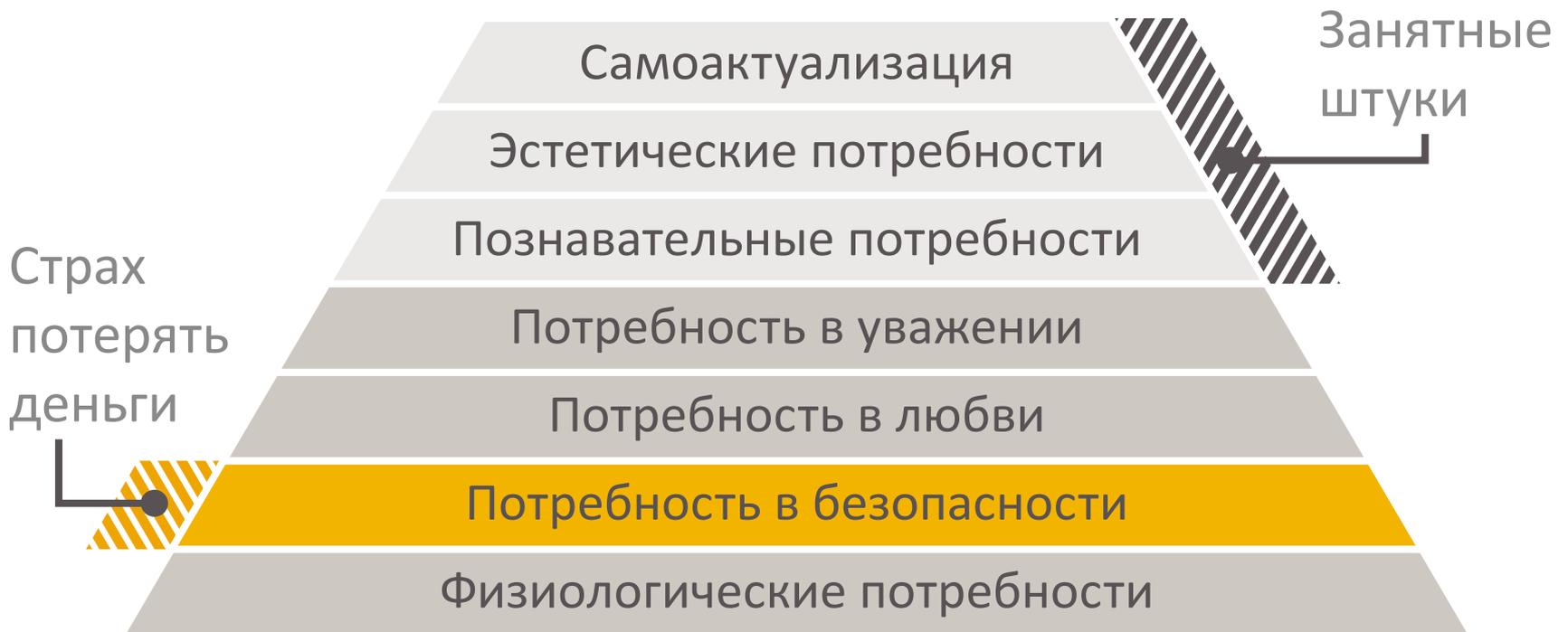


Почему рекламисты используют развлекательную рекламу?

**Потому что
они не покупатели**

**Пока покупатель не убедился
в безопасности своих денег,
его не интересуют концепции**

Покупка недвижимости и пирамида Маслоу





«Эксперты рынка»

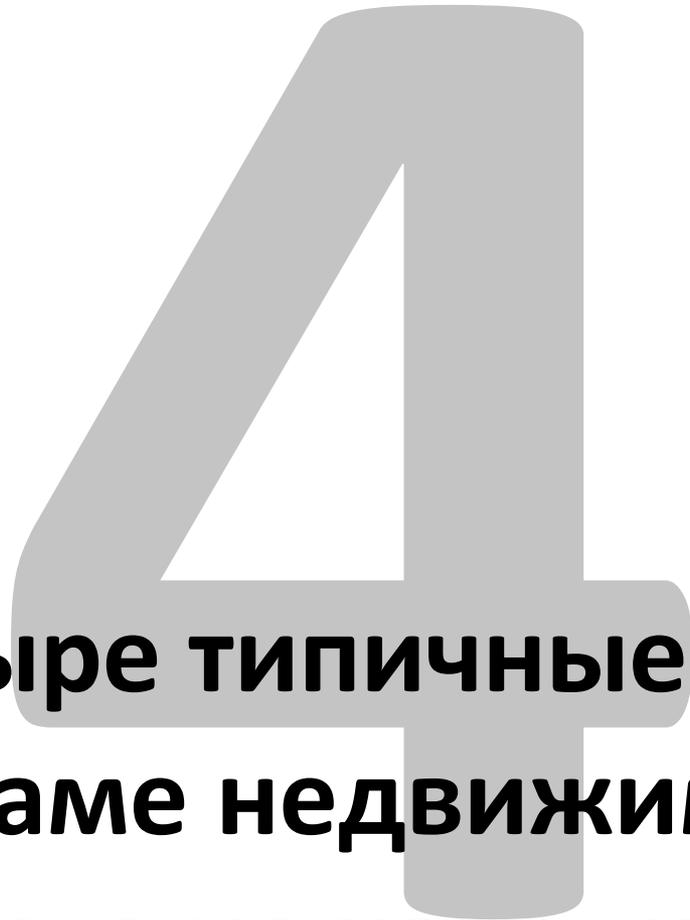
не боятся за свои деньги

Зато они боятся,

что конкуренты

окажутся «креативнее»

Отсюда избыточное
внимание профессионалов
к затейливым концепциям



**Еще четыре типичные ошибки
в рекламе недвижимости,
или Чего не хочет клиент**

1

ошибка

«Радость потребления»

редко связана

с жильём

Покупка квартиры –
сложный выбор
на сложном
эмоциональном фоне

→ Давайте уважать
сложности клиента



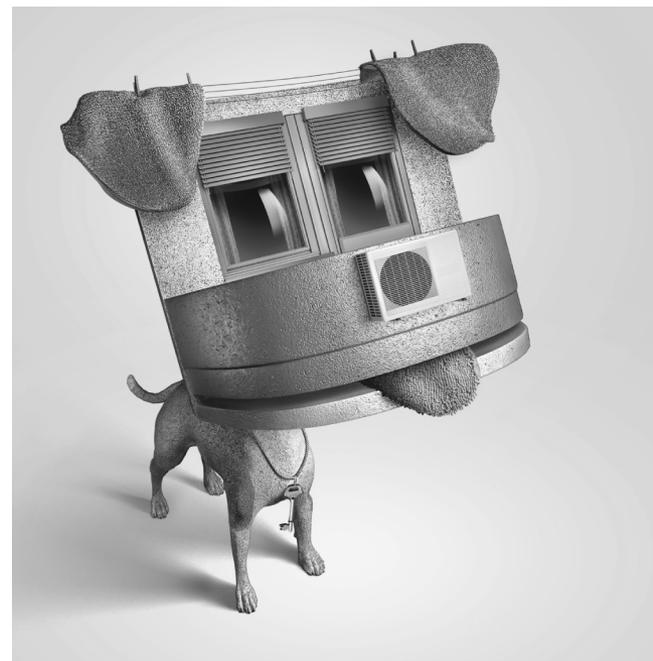
2

ошибка

Каламбуры, парадоксы, остроты, НЕЯВНЫЕ СМЫСЛЫ

Покупка квартиры –
результат анализа большого
количества информации.

→ Давайте дадим
ее удобно и просто



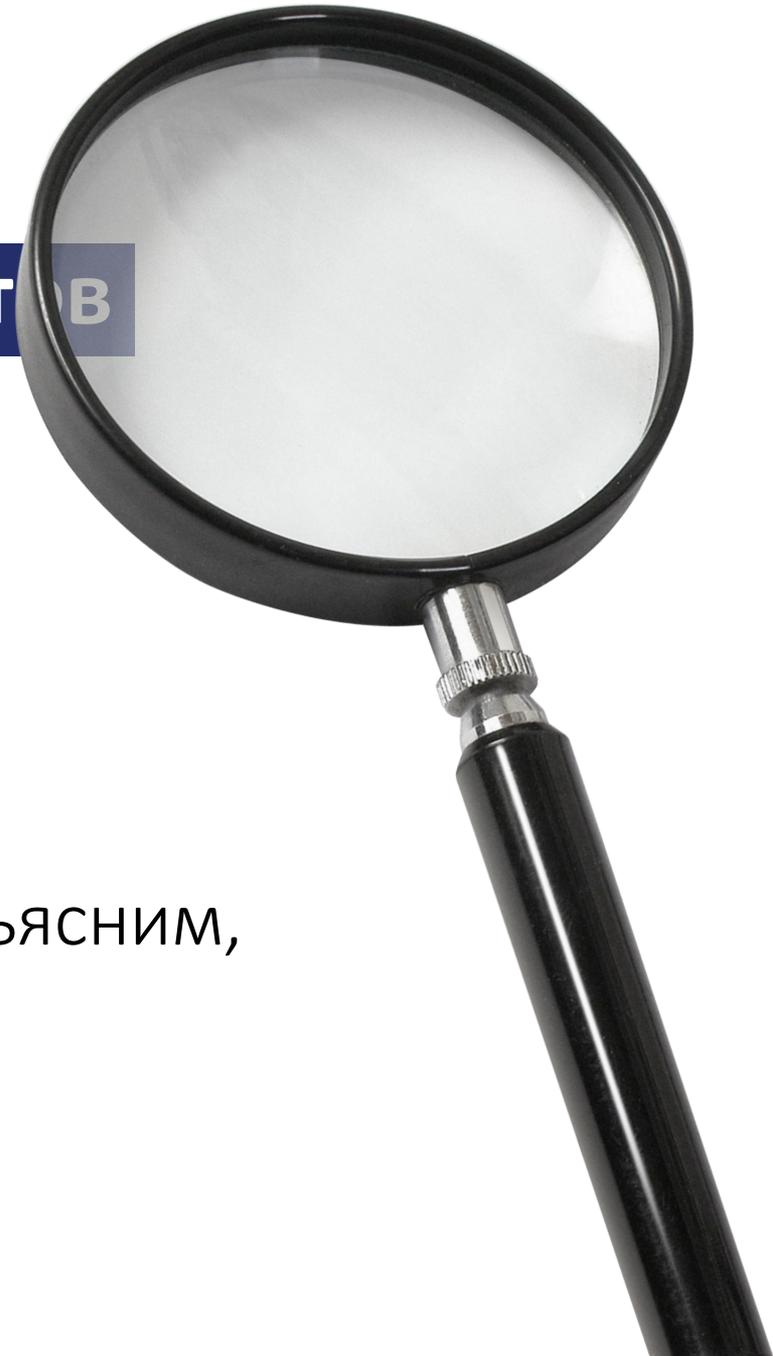
4

ошибка

Отсутствие доказуемых фактов и свойств

«Удобная планировка» – это голословно, и, признаемся, отдаёт лукавством.

→ Давайте в деталях объясним, в чём преимущества



ПЛЮС ОДИН



Дмитрий Карпушин
директор по продвижению
e-mail: dm.karpushin@me.com