



Реклама и маркетинг

- Основные правила подачи рекламных объявлений в различные источники
- Планирование и отчетность
- Оснащение Агента и необходимые навыки



Знания о компании

Знание продукта и всех этапов продажи

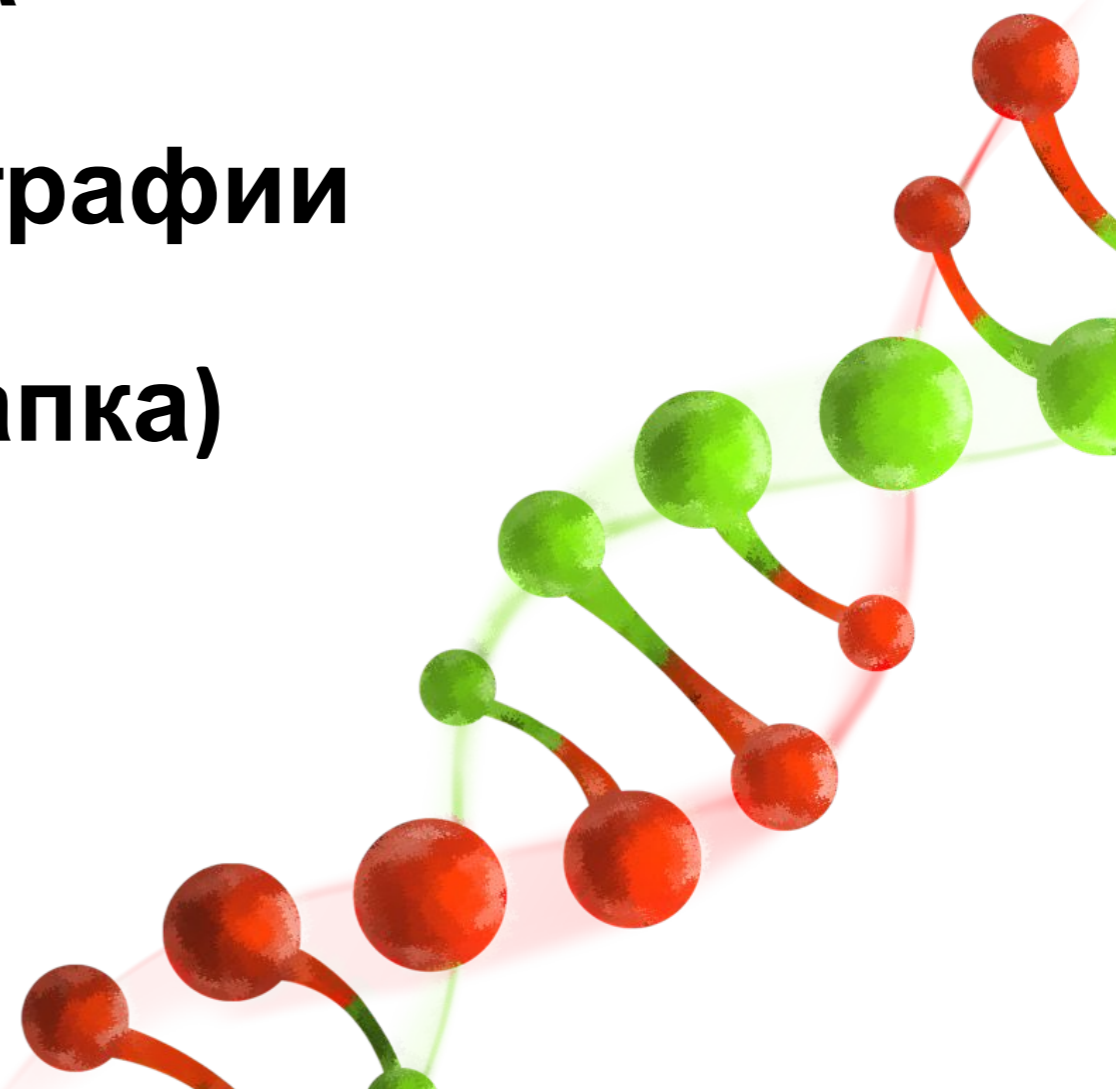
Знание сопутствующих услуг

Наличие визиток и бэйджа

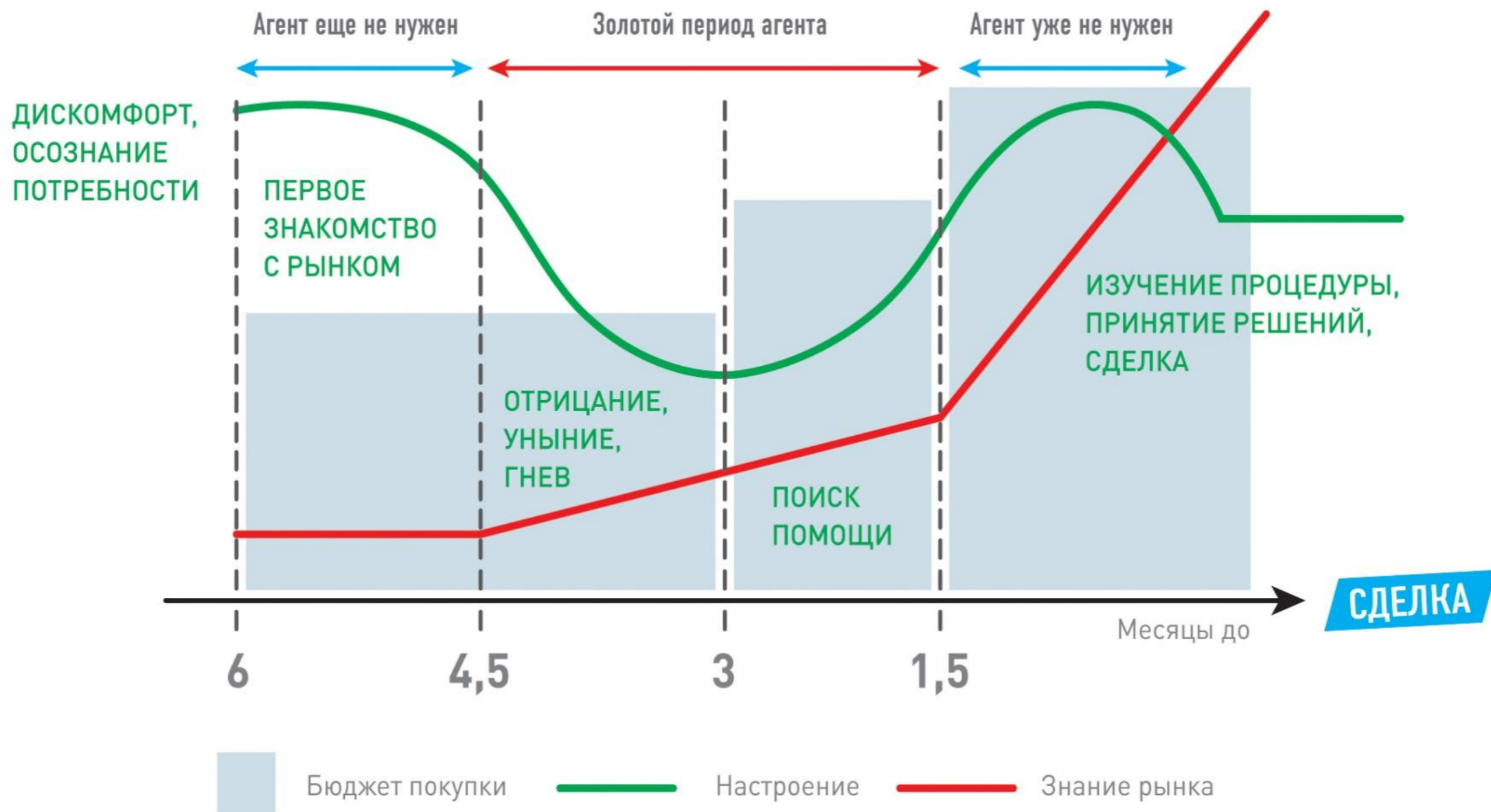
Наличие рекламной полиграфии

Презентация компании (папка)

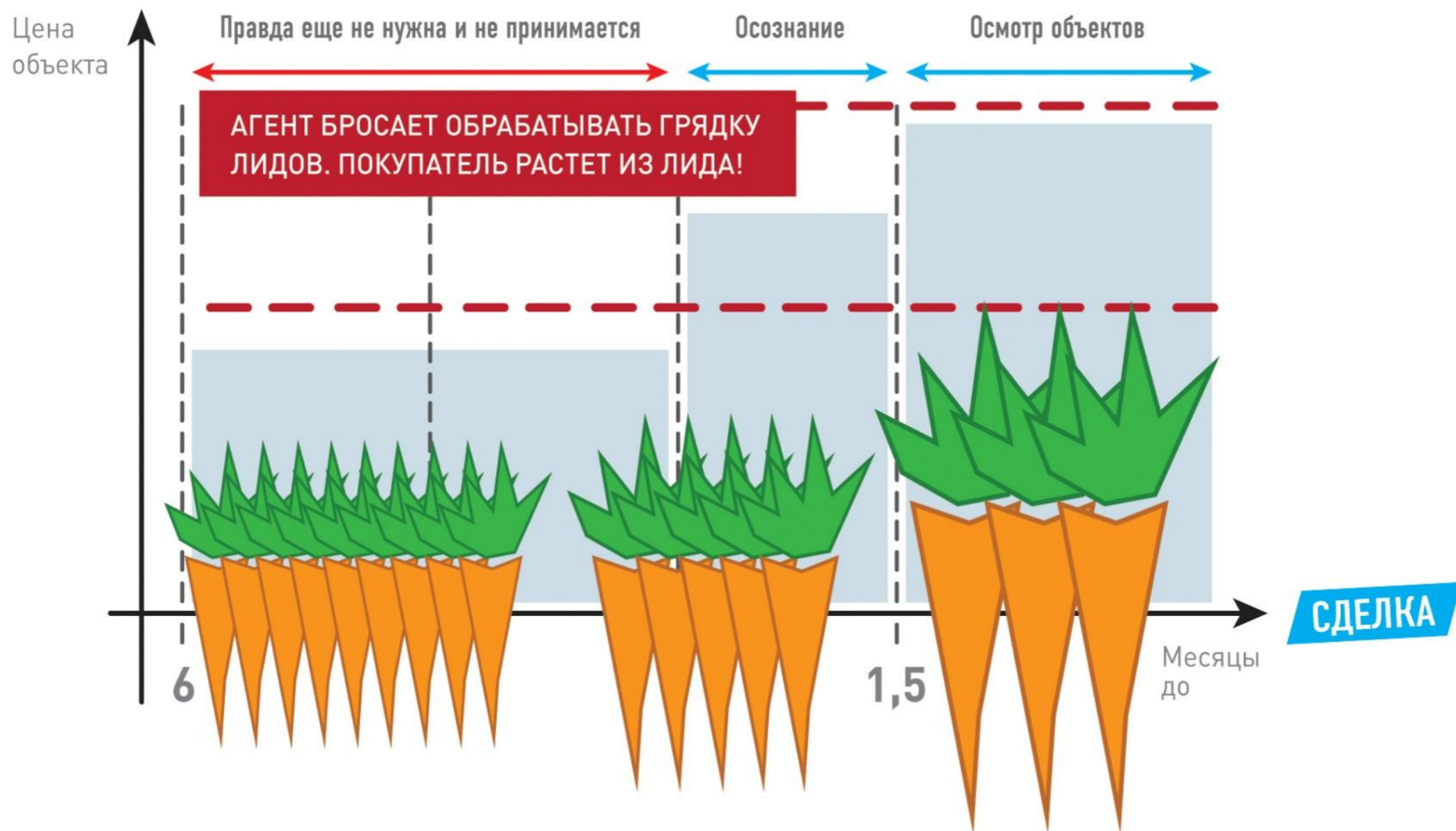
Уверенность в себе



НАСТРОЕНИЕ ЗА ВРЕМЯ ПОИСКА МЕНЯЕТСЯ



ПОЧЕМУ НЕ РАБОТАЮТ ЛИДЫ?



Воронка продаж

Сколько людей я смог привлечь!?

Сколько согласились со мной встретиться?

Сколько договоров я смог заключить?

Сколько показов я сделал?

Сколько сделок я закрыл?

...

И за какой это период?...



- **Составить план размещения объявлений ОН на период**
- **Эффект «револьверки»**
- **Продумать алгоритм и способ размещения**
- **Автовыгрузка от компании**
- **Использование сайтов типа Afy.ru**

Какие есть возможности?

On-line

БАЗА ДАННЫХ (база компании, различные mls)

КОРПОРАТИВНЫЙ САЙТ ayaх.ru

ИНТЕРНЕТ-порталы

Off-line

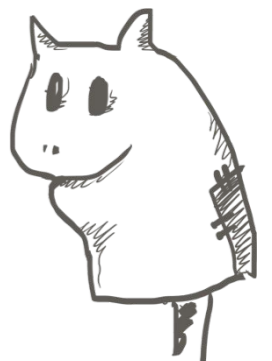
печатные СМИ

заказ профессиональной фотосъемки ОН

заказ баннер/самоклейки

расклейка бесплатная/платная

заказ персональной листовки на договорной ОН



№	Наименование	Лимит на офис в месяц	День недели	Получение
1	Баннеры и самоклейки, наклейки на авто	Расчет лимита по итогам месяца	Каждый понедельник до 17-00	Через 8 дней
2	ВИЗИТКИ	от 100 штук	Каждый 1-й и 3-й понедельник месяца до 17-00	Через 8 дней
	Денежные средства за ВИЗИТКИ	от 390 рублей	Каждый 1-й и 3-й понедельник месяца до 17-00	Или заказ переносится на неопределенный срок
3	Листовки для риэлторов			После утверждения макета – 4-5 дней.

Площадка	Срок подачи	Позиция	Кол-во объявлений	Выход
Сделка	Пятница до 9.30	Частные объявления	на основании расчета до 200 знаков в одном объявлении	Понедельник
Ayax.ru	ВЫГРУЗКА	Объявления	Договорные объекты, первичный рынок	Ежедневно
Krasnodar.life-realty	Ежедневно	Частные объявления	Согласно распределению на офис	Ежедневно

ayax.ru

Регистрируемся на сайте

Заполняем файл «О себе» на сервере

Сообщаем секретарю

Получаем активацию профиля

Заполняем объявления в Базе данных



ВЫГРУЗКА ОБЪЯВЛЕНИЙ



REFORUM
Справочник по недвижимости




NeRS.RU



КМ.RU

РБК

 www.cian.ru

идинайди



Яндекс

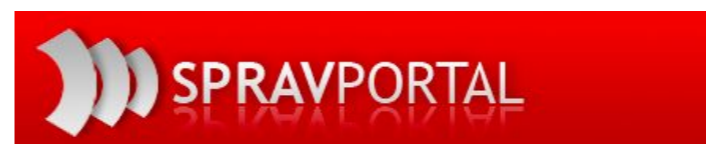
@mail.ru



Russian Realty
русская недвижимость

023.RU

Из рук в руки 



Sell-Buy.ru

Realty.dmir.ru
недвижимость и цены



Найди Дом
naydidom.com

МИРКВАРТИР

Restate.ru

DOMEX

gdeetotdom.ru

BN.RU



Best Ru

mitula



Ю.Ю.Ю портал Южного региона



Rentzilla.ru



**ЧТОБЫ ПОНЯТЬ ДЕВУШКУ,
ТЫ ДОЛЖЕН ДУМАТЬ КАК ТУФЛИ.**

ADME

Правила рекламного текста:

Определите цель рекламы
Составьте список выгод
Создайте запоминающийся заголовок (*берите пример с жёлтых газет*)

Пишите на понятном покупателю языке



Секреты создания идеального объявления

**Секрет №1.
СТРУКТУРА объявления**

**Секрет №2
Яркий заголовок - наживка для Клиентов**

**Секрет №3
Основной текст. Максимум информации**

**Секрет №5
БЕЗ сокращений**

**Секрет №4
Размер имеет значение?**

**Секрет №6
Озаглавленные абзацы. Удобочитаемость.**

**Секрет №7
Максимум конкретики. Конкретизируй!**

**Секрет №8
Никакой лжи!**

**Секрет №9
Ориентируемся на своего покупателя**

**Секрет №17
ПРИЗЫВ к действию!**

**Секрет №16
Волшебные слова и слова табу**

**Секрет №15
Не забываем о ЦЕНЕ!**

**Секрет №14
"Вышлите, пожалуйста, фотографии по вашей квартире"**

**Секрет №13
Лучше один раз УВИДЕТЬ, чем 100 раз услышать...**

**Секрет №12
Увеличиваем шансы: составь несколько объявлений!**

**Секрет №11
От большого к малому.**

**Секрет №10
Создаем ОБРАЗ. Оригинальность приветствуется.**

Секрет 1

СТРУКТУРА объявления

Площадь
Стоимость
Окупаемость
Проценты
Материалы



Эмоции
Чувства
Предчувствия
Качества
Значимость



<p>1! Заголовок</p>	<p>Он должен «зацепить». На некоторых сайтах заголовок необходим. Если это не требуется, то пусть первое предложение «описания» будет ярким.</p>
<p>2! Технические характеристики</p>	<p>Площади, этажность, материал дома, размер участка (если требуется). Что имеется в квартире/доме?</p>
<p>3! Качественное описание</p>	<p>Из чего сделано то, что у нас имеется? Есть ли гарантии? и пр.</p>
<p>Клиент должен получить ответы на эти вопросы:</p>	<p>Что продаем? Где? Сколько стоит? Почему именно этот вариант? Куда звонить? Когда звонить?</p>
<p>4! Побуждение к действию</p>	<p>Что должен сделать человек, прочитав ваше объявление?</p>
<p>5! Контакты</p>	<p>Куда звонить? Приходить? Писать письмо?</p>

Секрет 2

Яркий заголовок - наживка

у Вашего заголовка есть всего 1,5 секунды, чтобы привлечь внимание покупателя

1. Заголовки с вопросительными словами

Вопросительное слово + желание или страхи
Целевой аудитории

Вопросительные слова: как, почему, зачем, где, куда, кто, когда, что, откуда и т.д.

Например: «**Как купить квартиру и не ошибиться?**»

«**Зачем обращаться в компанию АЯКС-Риэлт за покупкой квартиры?**»

«**Как быстро купить дом-мечты?**»

2. Обещание выгоды за конечное число шагов.

Число + простое усилие + желание ЦА

Числа: 3, 5, 7, 9, 11 и т.д. Указание на легкость получения выгоды: простой, легкий, быстрый, мгновенный, пошаговый, элементарный, понятный.

Усилие: способ, шаг, урок, видео, файл, шаблон, пример, причина, попытка, инструкция, алгоритм.

Например: «**5 причин купить эту квартиру!**»
«**3 повода посмотреть этот дом!**»

3. Пугающие и шокирующие заголовки.

«Страшилка»+ желание или страхи ЦА

Слова-страшилки: шокирующие, критические, опасные, страшные, ошибки, недостатки, коварные, неизвестные и т.д. Также можно использовать слова, отражающие нежелательные события для вашей целевой аудитории (обман, увеличение стоимости, протекает крыша и т.д.).

Например: «Зачем жить с тещей, когда можно купить квартиру?!»

5 лучших форматов заголовков

- Численный («7 способов...»)
- Обращение к читателю («Причины, по которым вы должны/вам необходимо...»)
- Как («Как увеличить...»)
- Нормальный («Способы...»)
- Вопрос («Вы устали искать квартиру?»)

5 формул для заголовков

Формула 1: Все легко получится без проблем

*[Редкое, Но Соответствующее
Прилагательное]*

Сила [Ваш Продукт/Услуга]

Без [Проблема]

Новая квартира без переплат

Идеальный дом без хлопотного переезда

Формула 2: Обещающий заголовок

[Прилагательное] и [Прилагательное]
[Ваше Предложение/ Ключевая Фраза]
[Ожидаемый Результат]

Удобная и новая трехкомнатная квартира
на Яна Полуяна, в которой все
поместится!

*** и *** дом на 5 сотках, где вся семья
поместиться на праздники!

Формула 3: Четкое обещание

Я обещаю вам: [Ожидаемый Результат]

Я обещаю вам: эта квартира с террасой на 22 этаже имеет завораживающий вид из окон.

Я обещаю: поиск квартиры Вашей мечты будет комфортным и профессиональным.

Формула 4: Сравнение

[Известный Конкурент]
[Не Нужный Или Не Интересный Для Целевой
Аудитории Результат],
[Ваш продукт]
[Крайне Необходимый Для Вашей Целевой
Аудитории Результат]

Старая квартира в спальном микрорайоне или
Просторная и новая квартира в перспективном
районе города с хорошими планами на будущее?

Для новых клиентов, для «первой» встречи с рынком

Формула 5: Усиление значимости

Только [Ключевая Фраза]

Создан Исключительно [Ожидаемый
Результат]

Только эта квартира создана для ...

Только в таком доме можно быть...

Только в таких квартирах можно
почувствовать себя...

Статистика:

Заголовки с **8 словами** работают лучше всего (повышение CTR на 21% выше среднего значения).

Миниатюры изображений работают лучше логотипов (повышение CTR на 27% выше среднего значения).

Заголовки, содержащие **нечетные числа**, имеют CTR на 20%, чем заголовки с четными числами.

Двоеточие (:) или **тире (—)** в заголовках имеют больший CTR, чем **восклицательный знак**.

Слова-специи

- *Деликатес*
- *Горький*
- *Сладкий*
- *Сочный*
- *Острый*
- *Кипящий*
- *Освежающий*

- *Горячий*

Секрет 3

Основной текст

Текст по продаже недвижимости **должен отвечать на вопросы:**

- **Что?** - Что рекламируется в объявлении? Например, квартира, комната, дом, дача, офис, земельный участок и т.д.
- **Где** находится предлагаемая к продаже недвижимость (точный адрес)?
- **Сколько?** - Сколько стоит (цена объекта)?
- **Почему?** - Почему именно этот вариант покупатель должен купить (какие выгоды получит клиент, приобретая конкретную недвижимость)?
- **Кто** дающий объявление (собственник недвижимости, риелтор или агентство недвижимости) ?
- **Куда?** - Куда можно позвонить, чтобы уточнить возникнувшие вопросы?
- **Когда?** - Когда лучше звонить (время телефонных звонков) и когда можно посмотреть (время просмотра)?

Секрет 4

Размер текста

- **Длина** текста определяется прежде всего характеристиками и выгодами рекламируемой недвижимости.
- Объявление не должно содержать «**воды**» - т.е. красивых слов-пустышек, которые будут лишь отвлекать покупателя от самого важного. Всё должно быть чётко и по сути.
- **Не перегружайте** объявление!

Секрет 5

Без сокращений

Дано:

ЧМР, КУБГУ, Ставропольская ул., 2-комн., 55/31/9 кв.м, 3/16 кирп. дома, отличн.сост., лодж., всё раздельно, 2 650 т.р., торг уместен. Тел....

Переписали:

Продаётся 2-комнатная квартира в районе КГУ по ул. Ставропольской.

Квартира улучшенной планировки 55/31/9, 3й этаж 16-ти этажного кирпичного дома 2005 года постройки, в отличном состоянии (*косметический ремонт, бронедверь, новая сантехника, кафель в санузлах, металлопластиковые окна, встроенная кухня*), отдельный санузел, застеклённая лоджия, солнечная сторона - квартира теплая.

Домофон, на первом этаже расположен круглосуточный супермаркет и аптека.

Рядом школы №1 и 2, детский сад №48.

Цена 2 940 000 Тел...

Секрет 6

Использовать подзаголовки для больших текстов

Подзаголовки нам помогают:

- **дольше задержать внимание** человека на нашем объявлении,
- **усиливают** восприятие рекламного обращения путём подчёркивания преимуществ товара,
- делают наш рекламный текст **более запоминаемым** на фоне множества других объявлений.

Секрет 7

Максимум конкретики. Конкретизируем.

Часто в объявлениях встречаются фразы:
*«ремонт», «отличное состояние»,
«хорошее состояние», «евроремонт».*

**Понятие «хорошего», «отличного
состояния» и «евроремонта» каждым
хозяином недвижимости трактуется по-
своему.**

Некоторые собственники выражением «**в хорошем состоянии**» называют любую квартиру, в которой **ещё не рухнули стены**.

И если для одних новый линолеум на полу и пластиковые окна - это «**отличное состояние**», то другие будут утверждать , что это - «**евроремонт**».

~~«удобная транспортная развязка»~~

лучше уточните в объявлении:

- до остановки «Университет» 5 минут пешком,
- 10 минут до остановки «Вокзал»,
- 2 остановки до Центрального рынка,
- Дом в 100 м от Какой-то площади. Прямые маршрутки практически в любую точку города.

В дополнение к словам «***развитая инфраструктура***» укажите:

- ✓ доступность хороших магазинов,
- ✓ школ, детских садов и прочих важных организаций,
- ✓ и особенно удалённость от остановок.

Секрет 8

Никакой лжи!

Пишите правду, на показах ваша ложь раскроется, и неприятное впечатление от обмана может затмить все достоинства продаваемого жилья.

Секрет 9

**Создаём ОБРАЗ.
Приветствуется
оригинальность!**

**Про какую недвижимость ЭТОТ
текст?**

«Двухкомнатная квартира расположена на 7 этаже, с одной стороны из окон открывается прекрасный вид на деревья, с другой на двор и красиво уходящую вдаль ул. Щербакова.

Квартира оформлена в великолепном ностальгическом стиле, где удачно сочетаются предметы 50-х и 80-х годов.

Кухня оборудована газовой плитой, необходимыми полками и шкафчиками. Прекрасный холодильник ОКА-III декорирован магнитиками, привезенными из разных стран.

Санузел раздельный. Стены туалета покрашены в удивительный синий цвет, а цветовое решение ванной комнаты гармонично поддерживает оформление места для уединенных размышлений.

В отделке прихожей и коридора использованы материалы, имитирующие дерево. В комнатах паркет, окна - советский стеклопакет, батареи самой лучшей конструкции - гармошка. В квартире очень тепло!

Уютные комнаты в минималистическом, аскетическом стиле. Телевизор - зло, поэтому его нет, телефона и интернета тоже. Созданы все условия, чтобы в тишине отдохнуть после напряженного рабочего дня!...»

Как определить выгоду

Характеристика	Выгода
Пластиковые окна	Звукоизоляция, теплоизоляция
Отделка под чистовую	Возможность сделать ремонт по своему вкусу и возможностям
Набережная реки Кубань	Возможность прогуливаться по вечерам по берегу и заниматься спортом
Дубовые двери	Надежность, долговечность, престижность, экологичность
Отделка «под ключ»	Не тратим время и средства на ремонт

**Лучше 1 раз увидеть, чем 100
раз услышать...**

**Важно не сколько фотографий
рекламируют Вашу квартиру, а как
на этих фотографиях выглядит
жильё.**

✓ Верну любимого. Тел.: 8-9375-232-387.

✓ Медиум. Привороты. Разлучение. Тел.: (843) 260-68-9


РИТУАЛЬНЫЕ УСЛУГИ

✓ Услуги Риэлтора. Тел.: 8-9372-890-070.

УСЛУГИ

✓ Профессиональная психологическая помощь. Дорого. Тел.: 8-9179-395-999.

✓ Уборка квартир, домов, офисов. Недорого. Тел.: (843) 297-00-18.



ЭЛИТНОЕ ЖИЛЬЕ ЭКОНОМКЛАССА





**ДОГОВОР
КУПЛИ-ПРОДАЖИ ЗЕМЕЛЬНОГО УЧАСТКА**

г. Краснодар Шевченко Александр Сергеевич » две тысячи третьего года.

Мы, нижеподписавшиеся Прокофьев Михаил Николаевич, 08.10.1936г. рождения, паспорт серии Ш-АГ № 715448 выдан Яблоновским поселковым отделением милиции ОВД Теучежского райисполкома Краснодарского края 16.02.1977 г., зарегистрированный по адресу: г. Краснодар, Карасунский округ, ул. Благоева, д. 28, кв. 31, именуемый в дальнейшем «Продавец», и Кара Айхан, 03.04.1972 г. рождения, паспорт серии 03 03 № 690502, код подразделения 232-002, выдан ПВС УВД Прикубанского округа г. Краснодара 11.12.2002 г., зарегистрированный по адресу: г. Краснодар, Прикубанский округ, ул. Яна Полуяна, д. 58, кв. 44 именуемый в дальнейшем «Покупатель», заключили настоящий договор о нижеследующем.

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Продавец продал, а Покупатель купил земельный участок по адресу: г. Краснодар, ул. Народная, участок № 2/5, Прикубанского административного округа с кадастровым № 23:43:01 17 039:0031, в границах плана (чертежа), прилагаемого к настоящему договору, площадью 799,81 кв. м., предоставленный в собственность для обслуживания и эксплуатации жилого дома.

1.2. Указанный земельный участок принадлежит Продавцу на праве собственности на основании распоряжения Центрального административного округа № 175-7р от 18.05.1994 г., что подтверждено свидетельством на право собственности на землю серии РФ-IV 1103-401-367 № 176835, выданным комземресурсами г. Краснодара 14.06.1994 г.

1.3. На приобретаемом земельном участке недвижимость отсутствует, что подтверждено справкой, выданной ДП ФГУП «КубаньНИИгипрозем» «Краснодарский Земельный Центр» от 30.12.2002 г. № 40526-02.

2. ПЛАТА ПО ДОГОВОРУ

2.1. Оценочная стоимость объектов недвижимости на земельном участке: нет.

2.2. Нормативная цена отчуждаемого земельного участка 6 686,41 руб. (шесть тысяч шестьсот восемьдесят шесть руб. сорок одна коп.), что подтверждено актом, выданным Краснодарским городским отделом Крайземкадастрпалаты г. Краснодара от 17.02.2003 г. № 43/03-03-1334.

2.3. Цена отчуждаемого земельного участка, определенная по соглашению сторон, составляет: 50 000 (пятьдесят тысяч) руб.

2.4. Покупатель уплатил Продавцу сумму в размере 50 000 (пятьдесят тысяч) рублей наличными полностью до подписания настоящего договора.

3. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА СТОРОН

3.1. Продавец продал, а Покупатель купил по настоящему договору земельный участок свободным от любых имущественных прав и претензий третьих лиц, о которых в момент заключения договора Продавец или Покупатель не мог не знать. До настоящего времени указанный земельный участок никому не продан, не заложен, в споре или под запретом (арестом) не состоит.

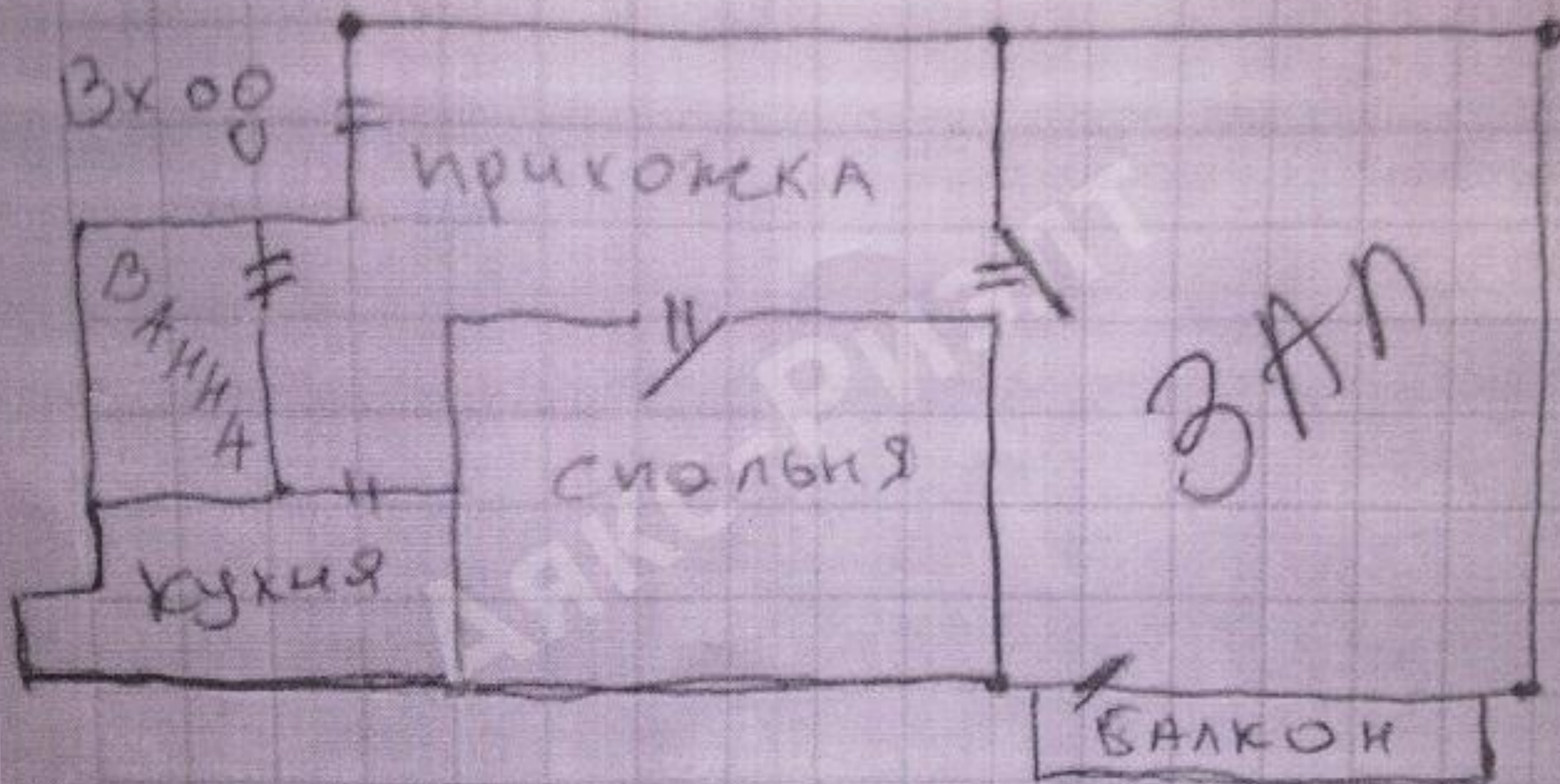
3.2. Покупатель осмотрел земельный участок в натуре, ознакомился с его количественными и качественными характеристиками, подземными и наземными сооружениями и объектами, правовым режимом земель и принимает на себя ответственность за совершенные им любые действия, противоречащие законодательству РФ. Покупатель не вправе самостоятельно изменить целевое назначение и режим использования земельного участка.

3.3. Ответственность и права сторон, не предусмотренные в настоящем договоре, определяются в соответствии с действующим законодательством РФ, субъектов РФ.

3.4. Согласно ст. 556 ГК РФ Продавец передал, а Покупатель принял земельный участок в качественном состоянии как есть на день подписания настоящего договора. Имущественных и финансовых претензий друг к другу стороны не имеют. Настоящий договор является документом, подтверждающим передачу указанного земельного участка Покупателю без каких-либо актов и иных документов.

1000126534

Рассмотрю варианты!!!!



1001400814



ванная



жилая
пристро
йка



туалет

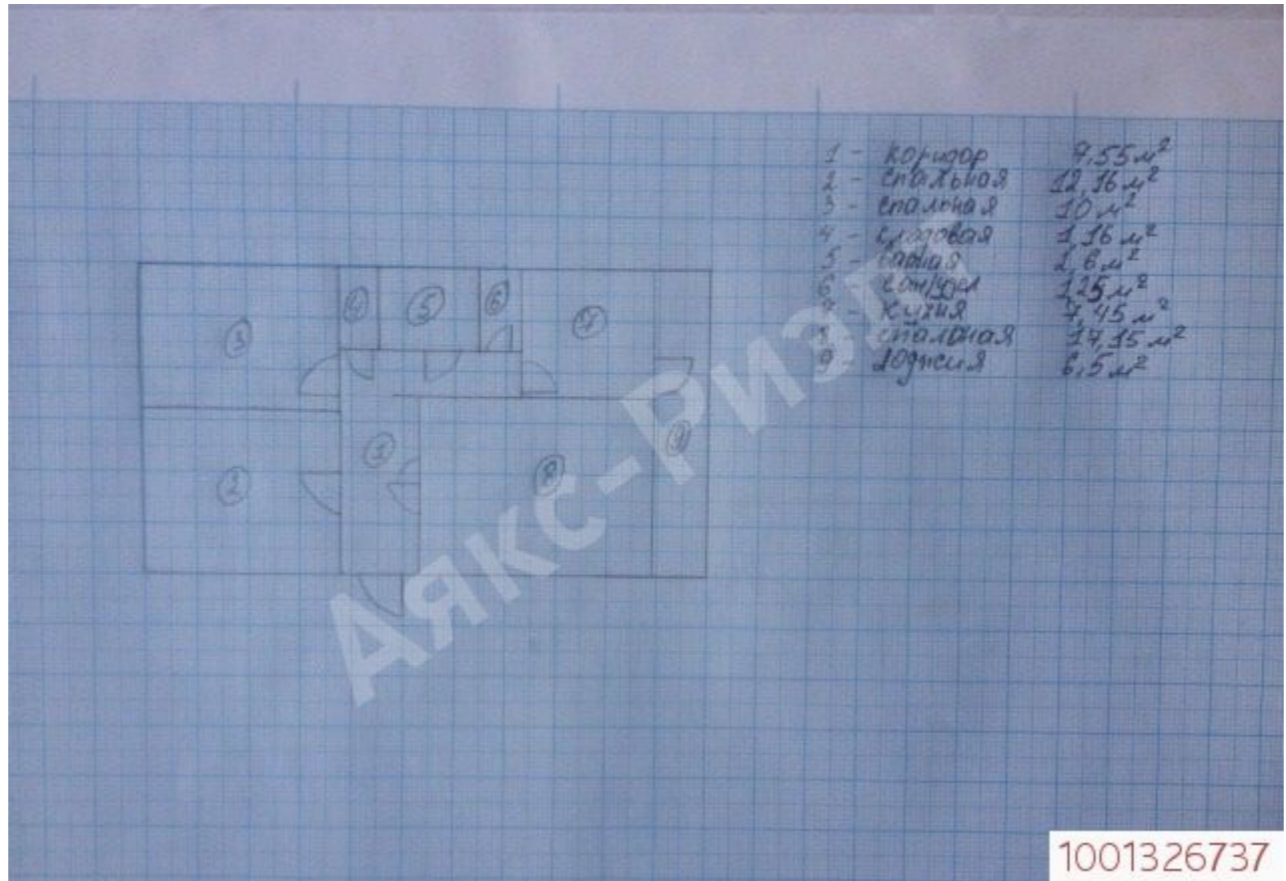


ДОМ

ВХОД



100 1593045



1001326737

2 Over

15 7 8

40

16 15

2 Over

40

4 Over

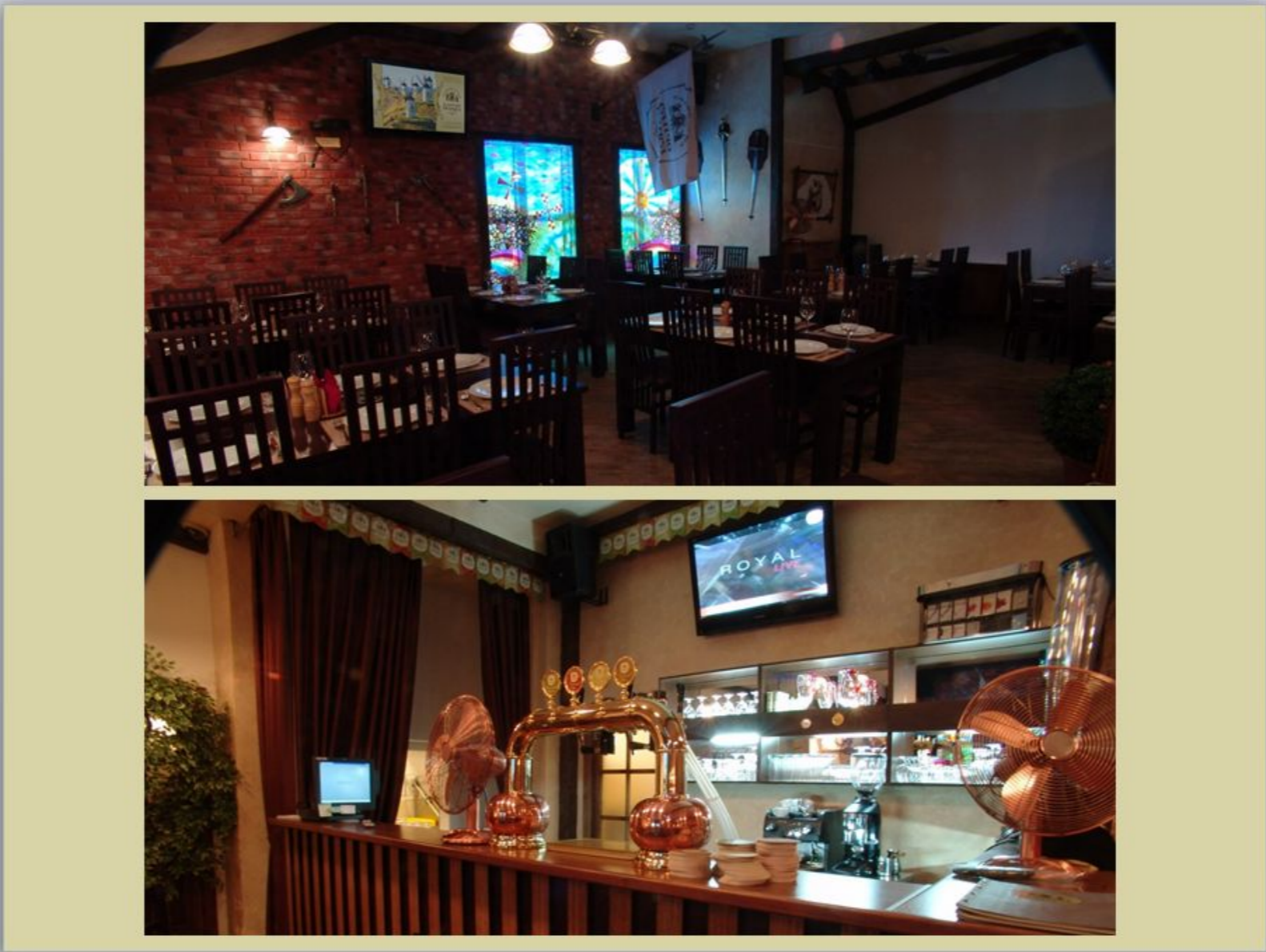
2 Over

16 14

2 Over

40m





Заметки к слайду



Коридор



1001643920



Кухня

1001643920



1001593348



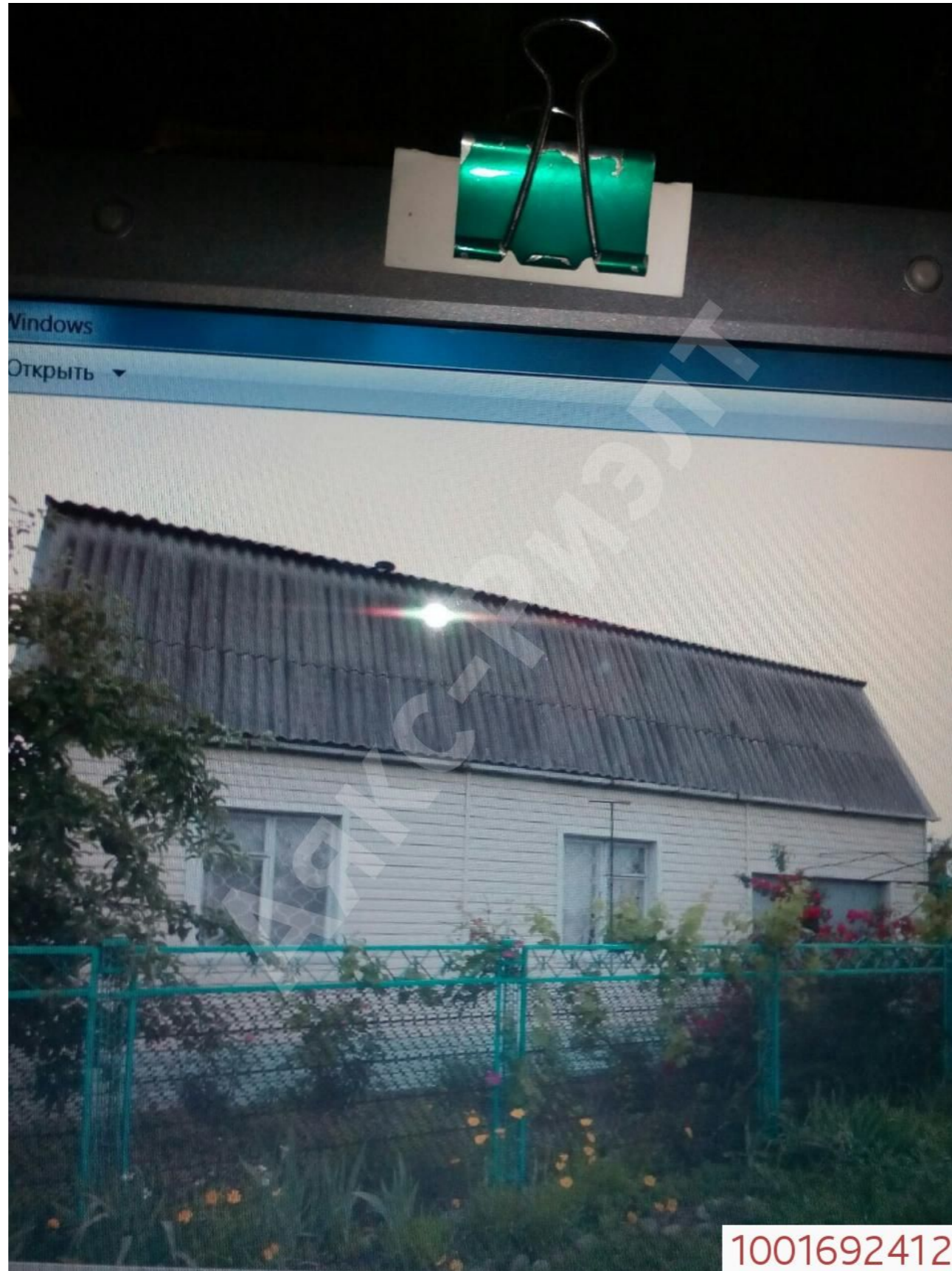
1001625374





КУПИ ДОМ В КРАСНОДАРЕ

1001269214





Вы 25.09.15, 9:26



1001892690



23

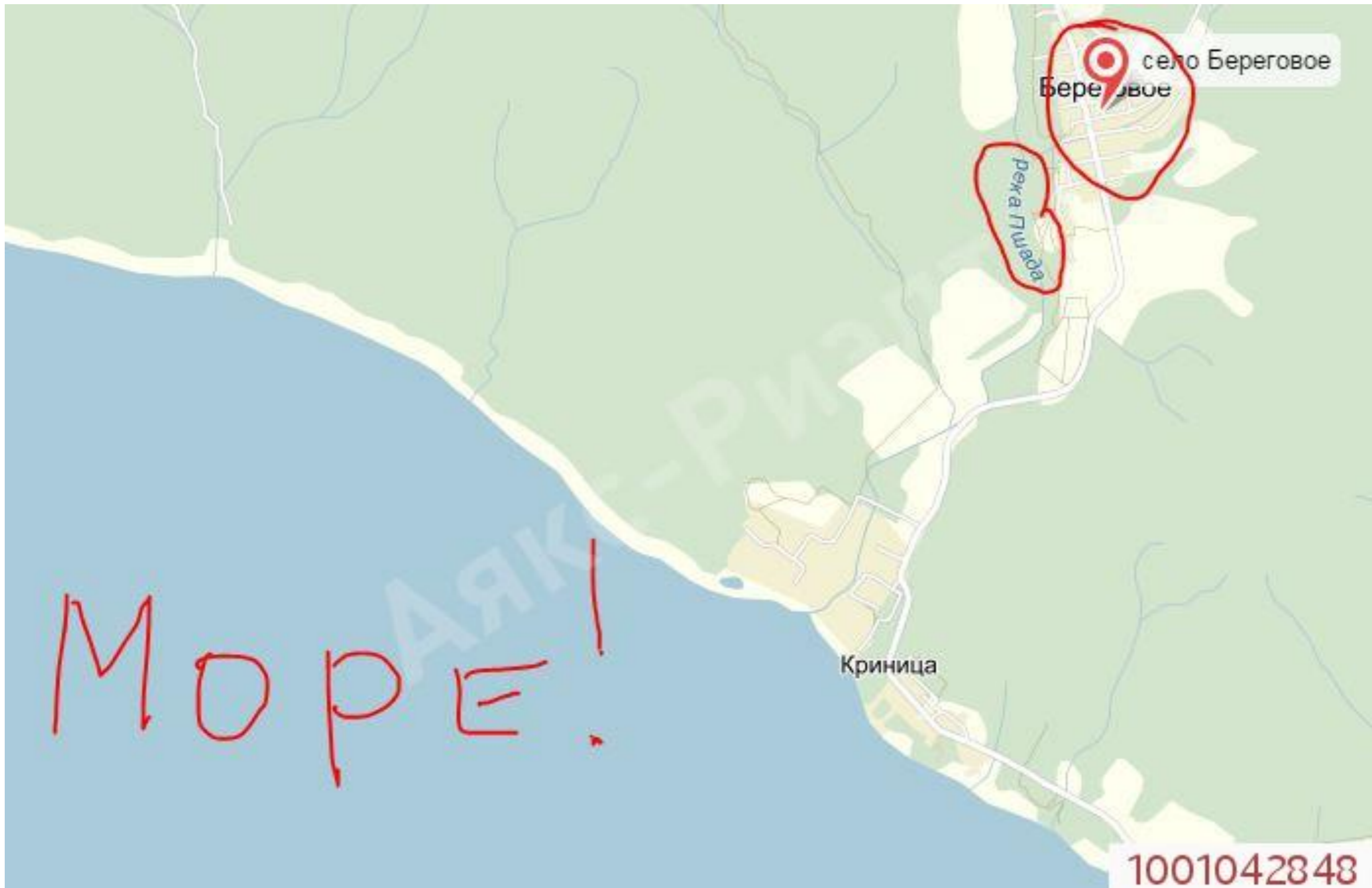
1

MEFA 300

125m

94m

1000330748



село Береговое
Береговое

Река Пшадя

Криница

МОРЕ!

1001042848



БАША
КБАХИВА
КРХ

HC1447167157688



Звоните Сегодня !!!
Завтра могут ответить -
"Извините, ПРОДАН" [1002177566](tel:1002177566)



1001190275

Люди в кадре...



1001629121



1001946890



**Куда смотрит этот человек?
Зачем он в кадре?!**





Спи, моя радость, усни...











1001343605



1001833092

Бардак и состояние

















1000171713



1001019655













**Сфотографировать
самостоятельно
или заказать фотосъемку?**







1. Смотрим график фотосъемки

2. Бронируем время, отправляем

заявку

3. Передам в отдел маркетинга 400

рублей

**Мы продаем себя Клиенту, и
ТОЛЬКО ПОТОМ – услугу и
недвижимость!**

Самопрезентация за 5 минут

- 1. Кто** вы такие?
- 2. Каким** бизнесом занимаетесь?
- 3. Для кого?** (На кого ориентированы ваши решения, для кого ваши продукты и услуги?)
- 4. Какая потребность** Клиентов решается вашими решениями?
- 5. Против** кого вы конкурируете?
- 6. В чем отличие** вас от конкурентов?

Итак: в чем ваше преимущество? Какое уникальное преимущество получает Клиент от использования вашего решения?