



# 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**

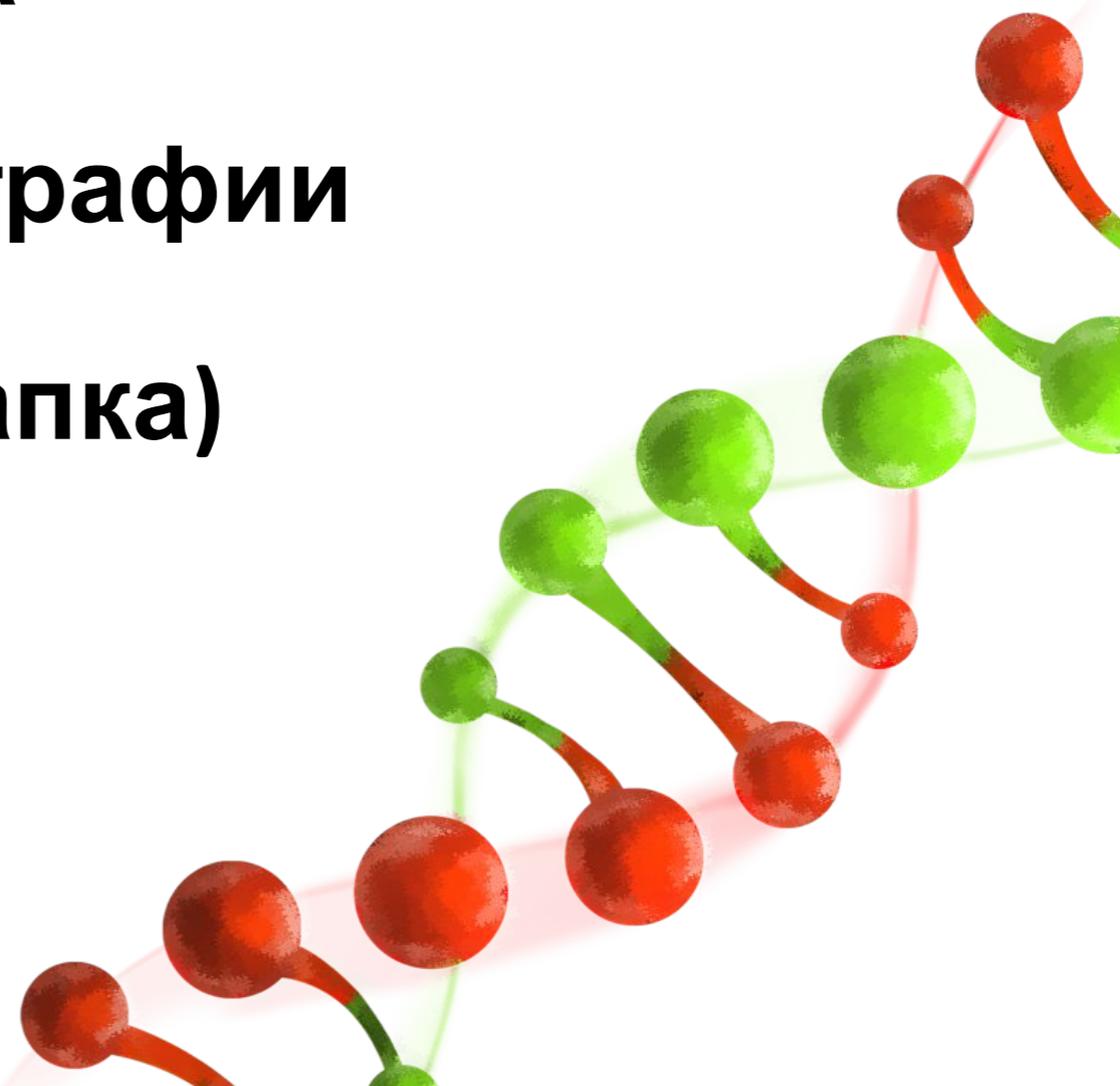
**Знание сопутствующих услуг**

**Наличие визиток и бэйджа**

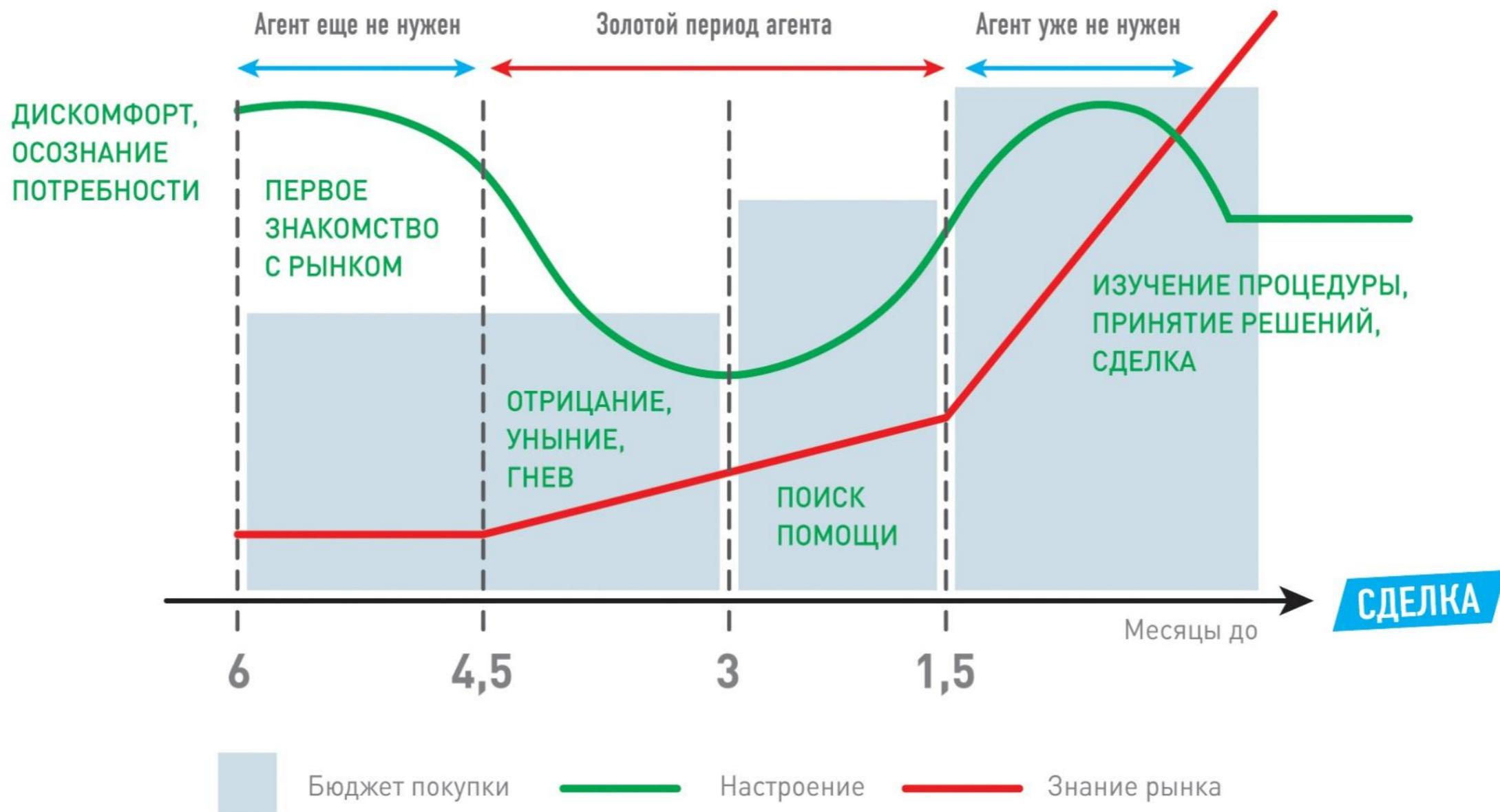
**Наличие рекламной полиграфии**

**Презентация компании (папка)**

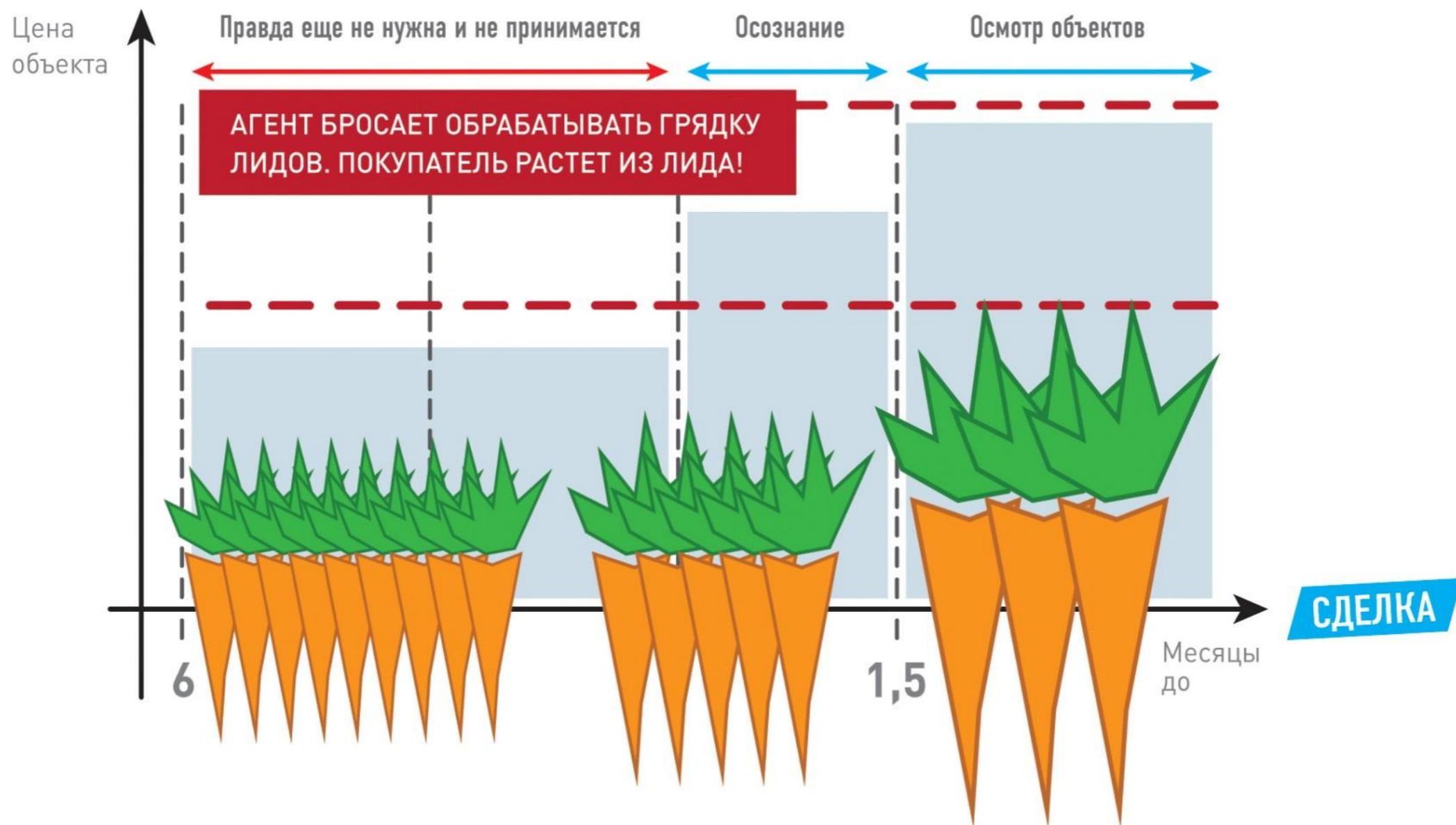
**Уверенность в себе**



# НАСТРОЕНИЕ ЗА ВРЕМЯ ПОИСКА МЕНЯЕТСЯ



# ПОЧЕМУ НЕ РАБОТАЮТ ЛИДЫ?



# Воронка продаж

Сколько людей я смог привлечь!?

Сколько согласились со мной встретиться?

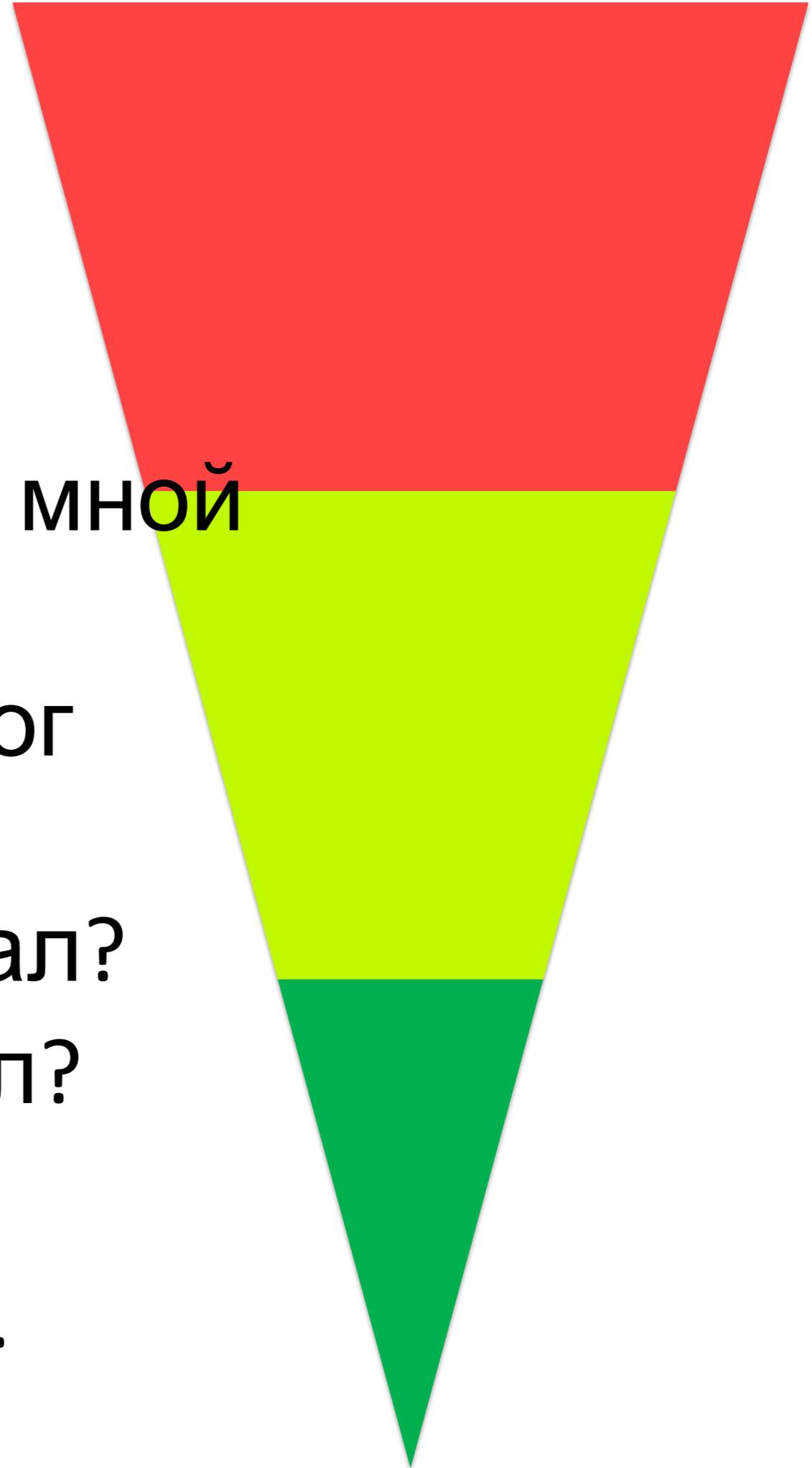
Сколько договоров я смог заключить?

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](http://Afy.ru)**

# Какие есть возможности?

## On-line

**БАЗА ДАННЫХ** (база компании, различные mls)

**КОРПОРАТИВНЫЙ САЙТ** [ayaх.ru](http://ayaх.ru)

**ИНТЕРНЕТ-порталы**

## Off-line

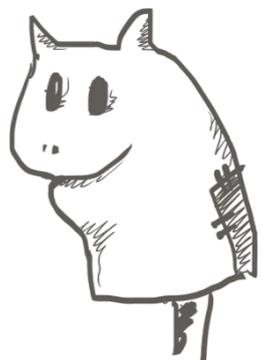
**печатные СМИ**

**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 <b>понедельник до 17-00</b>	Через 8 дней
2	ВИЗИТКИ	от 100 штук	Каждый <b>1-й и 3-й</b> понедельник месяца до 17-00	Через 8 дней
	<b>Денежные средства</b> за ВИЗИТКИ	от 390 рублей	Каждый <b>1-й и 3-й</b> 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 <b>200 знаков в одном объявлении</b>	Понедельник
Ayax.ru	ВЫГРУЗКА	Объявления	<b>Договорные объекты, первичный рынок</b>	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](http://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



**МИРКВАРТИР**

**Restate.ru**

**DOMEX**

**gdeetotdom.ru**

**BN.RU**



**Best Ru**



**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!**

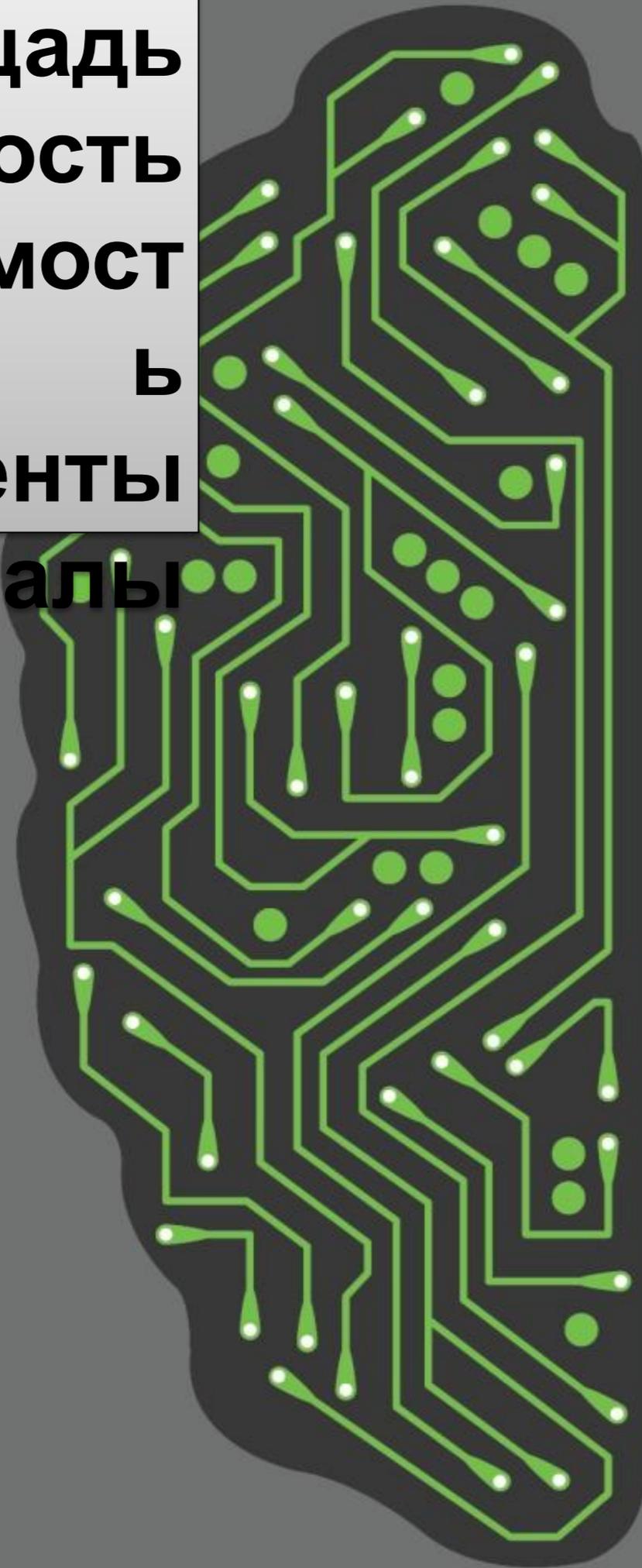
**Секрет №11  
От большого к малому.**

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

**Секрет 1**

**СТРУКТУРА объявления**

**Площадь**  
**Стоимость**  
**Окупаемость**  
**Проценты**  
**Материалы**



**Эмоции**  
**Чувства**  
**Предчувствия**  
**Качества**  
**Значимость**



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

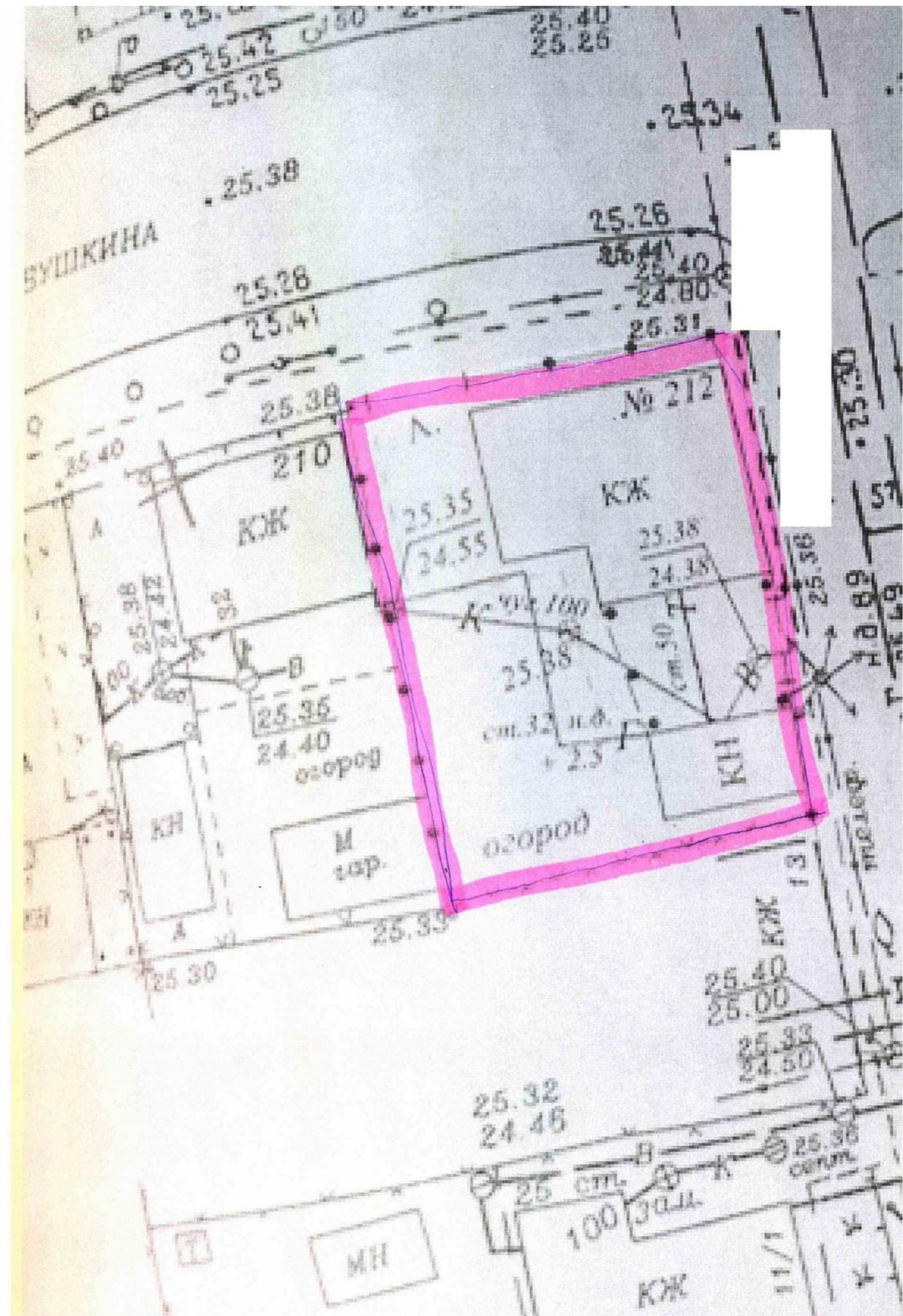
3.4. Согласно ст. 556 ГК РФ **Продавец** передал, а **Покупатель** принял земельный участок в качественном состоянии как есть на день подписания настоящего договора. Имущественных и финансовых претензий друг к другу стороны не имеют. Настоящий договор является документом, подтверждающим передачу указанного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

1000126534

Рассмотрю варианты!!!!



1001400814

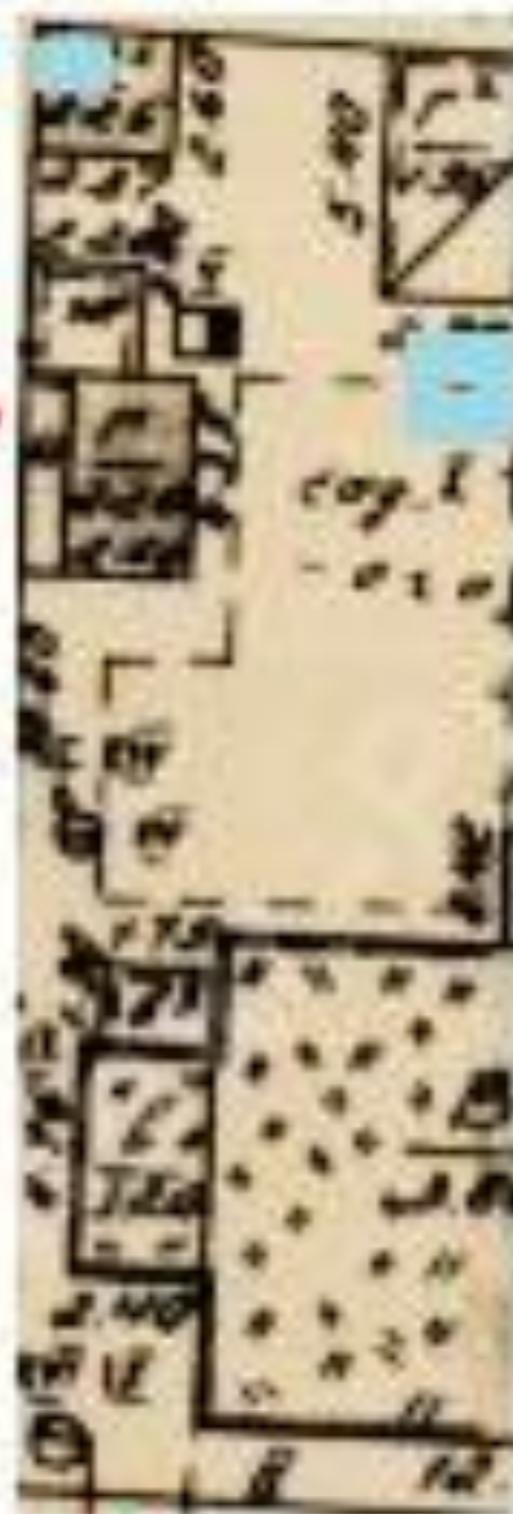




ванная



жилая  
пристро  
йка



туалет



ДОМ

ВХОД



100 1593045



1001326737

2 Over

15 7 8

40

16 15

2 Over

40

4 Over

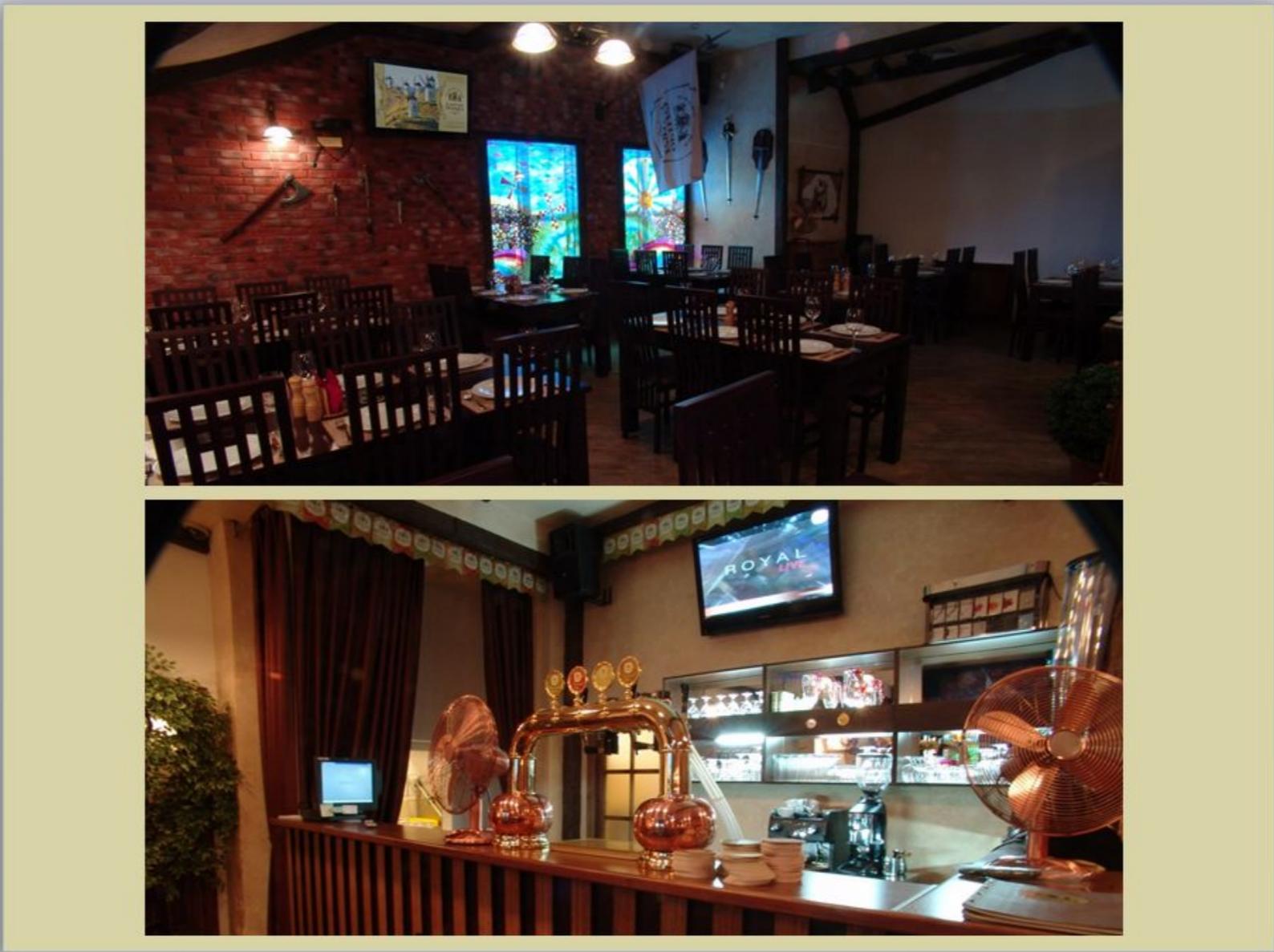
2 Over

16 14

2 Over

40m





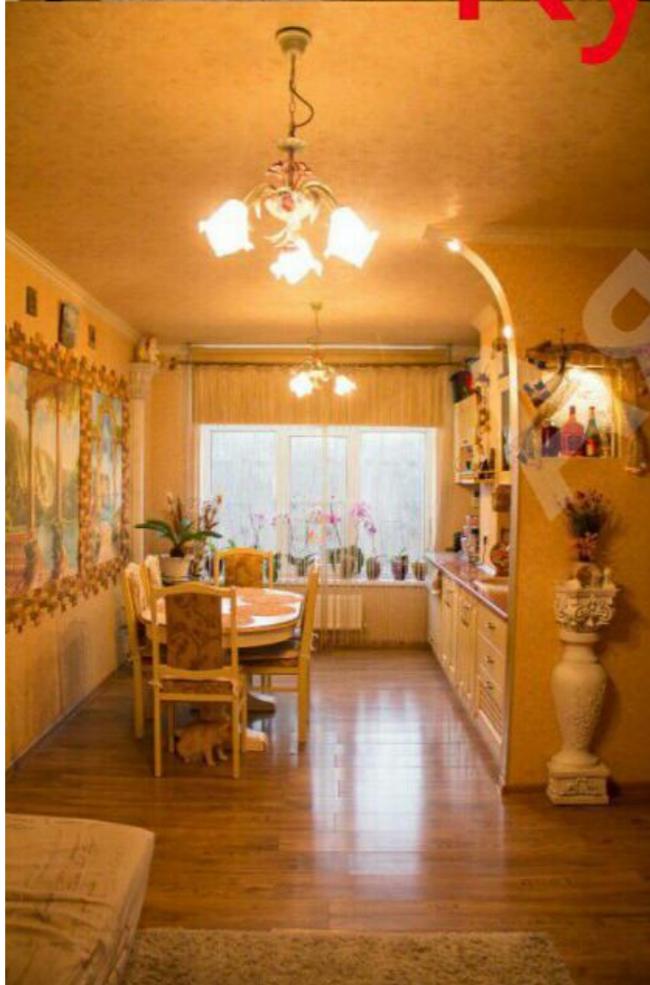
Заметки к слайду



# Коридор



1001643920

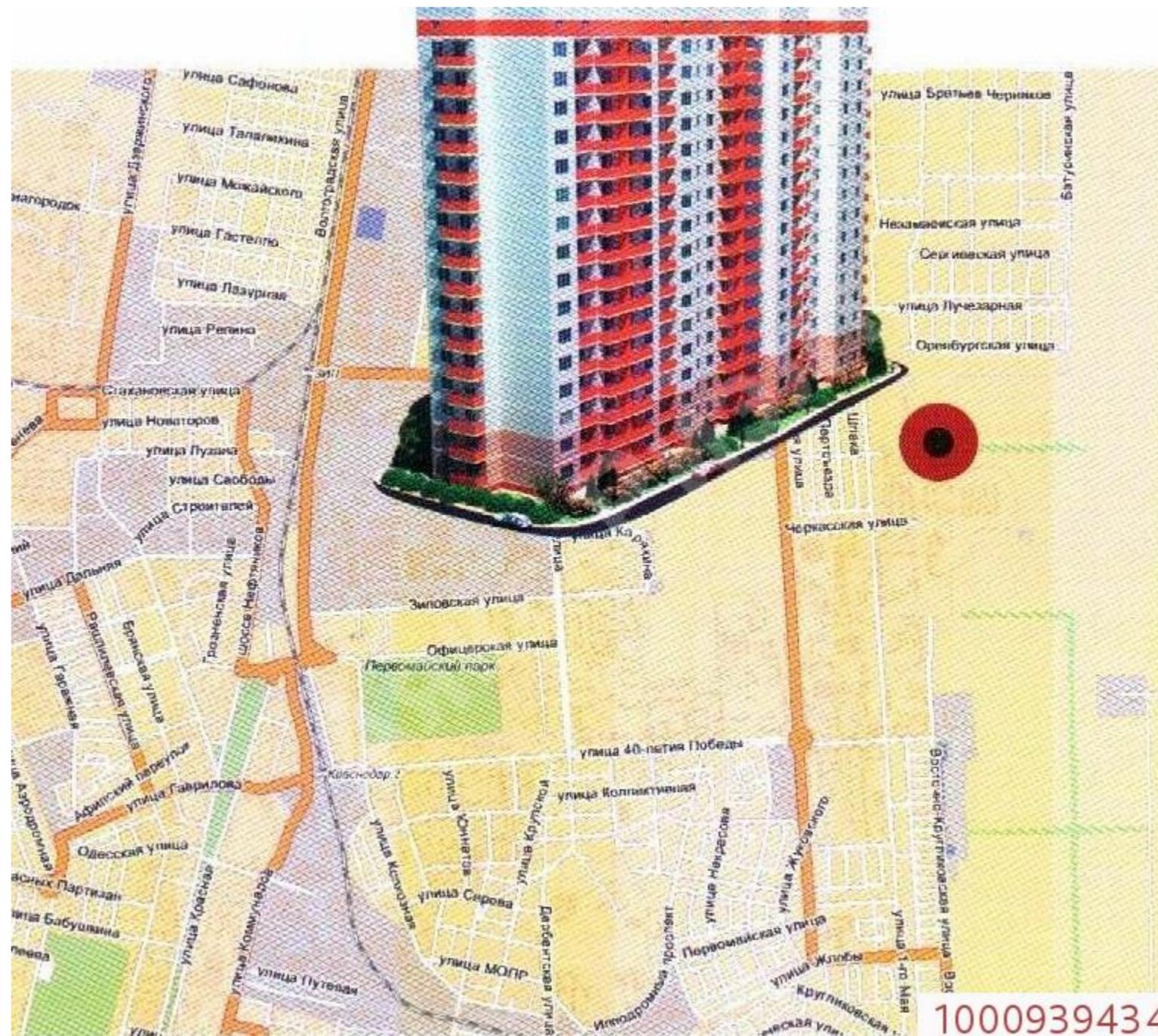


Кухня

1001643920



1001593348



1000939434



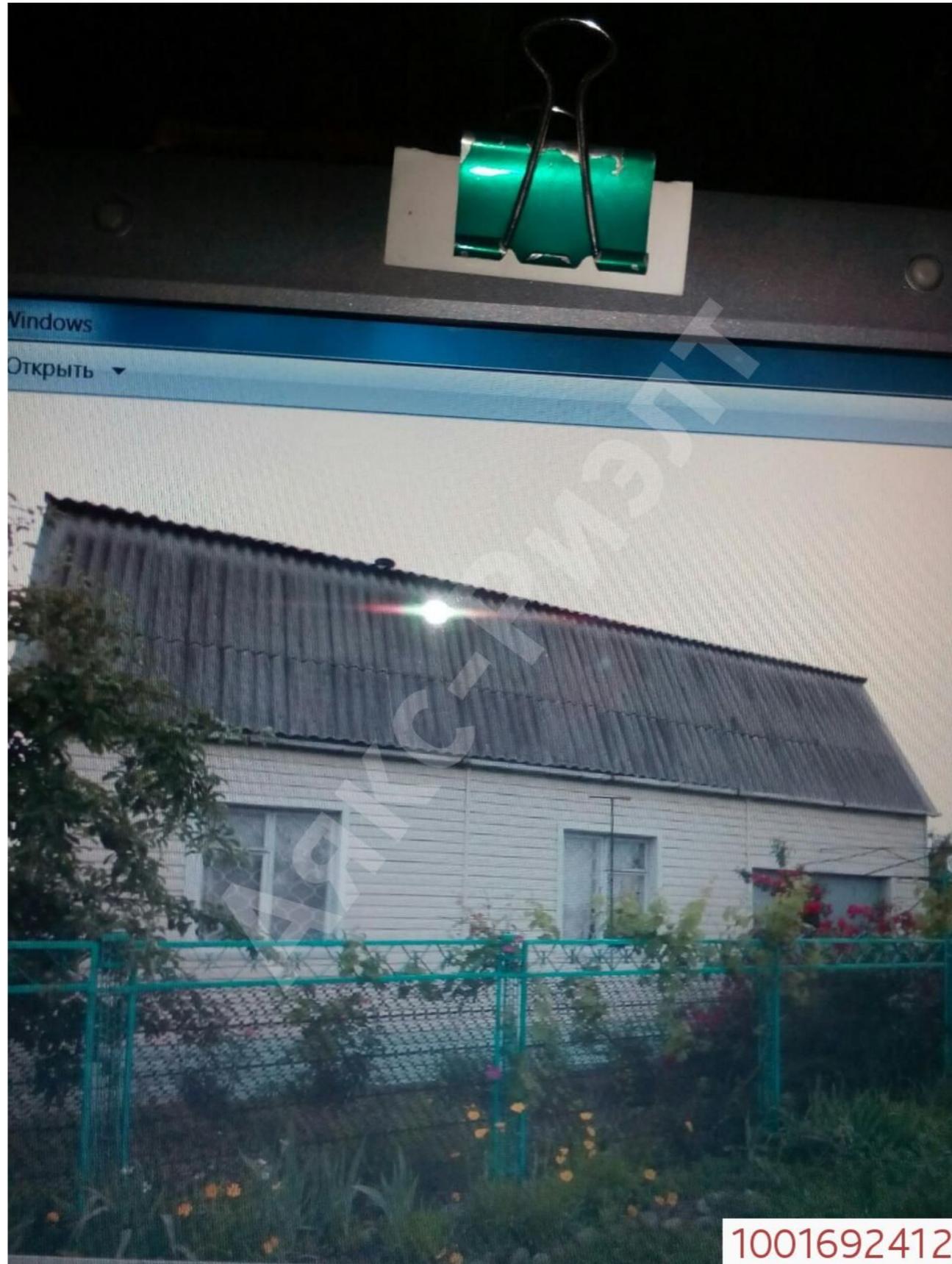
1001625374





**КУПИ ДОМ В КРАСНОДАРЕ**

1001269214

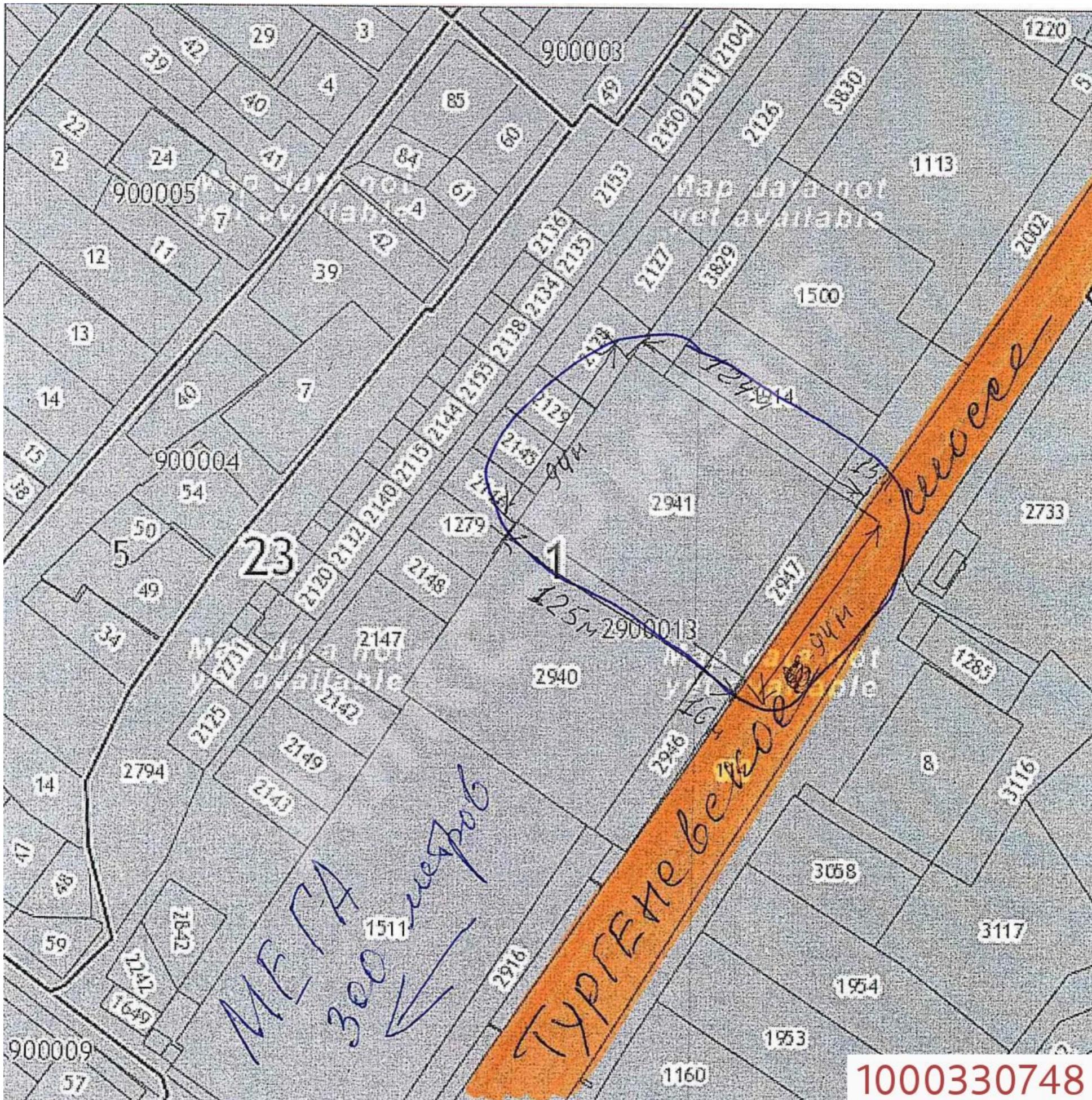




Вы 25.09.15, 9:26



1001892690



23

1

MEFA 300

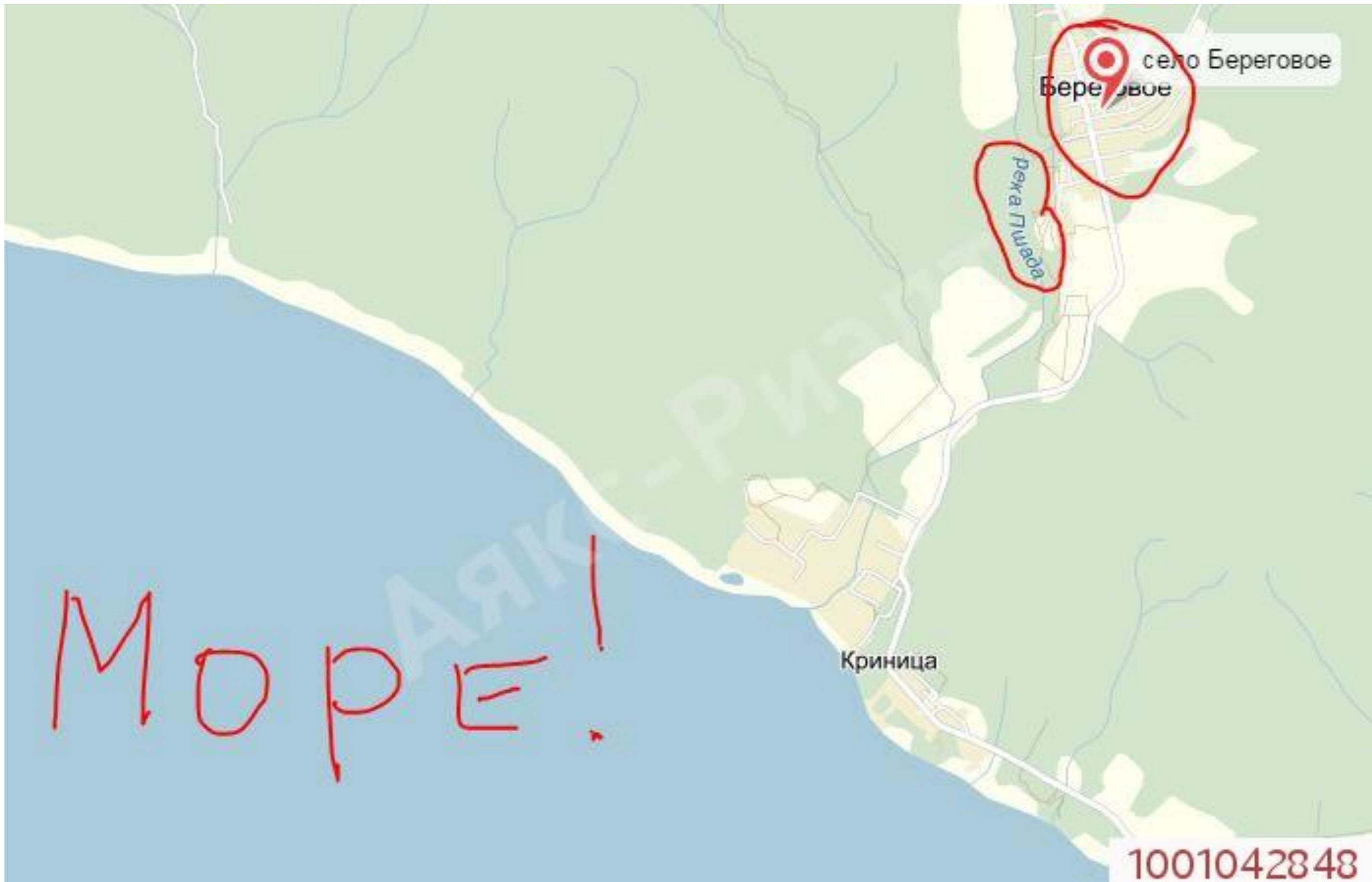
125m

94m

Тургеневское

Тургеневское

1000330748



село Береговое  
Береговое

Река Пшадра

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?