



СРОЧНО — РЕАНИМАЦИЮ!

или

**Почему и как нужно меняться рынку
жилой недвижимости**

СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ





ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Данная презентация не рекомендована
конфликтным людям с заниженной самооценкой

не умеющим мыслить и работать над своими ошибками

предназначена для людей со здоровым чувством юмора
и самоиронии, умеющих анализировать в масштабах рынка.

Внимание! Местами присутствует панк-маркетинг.

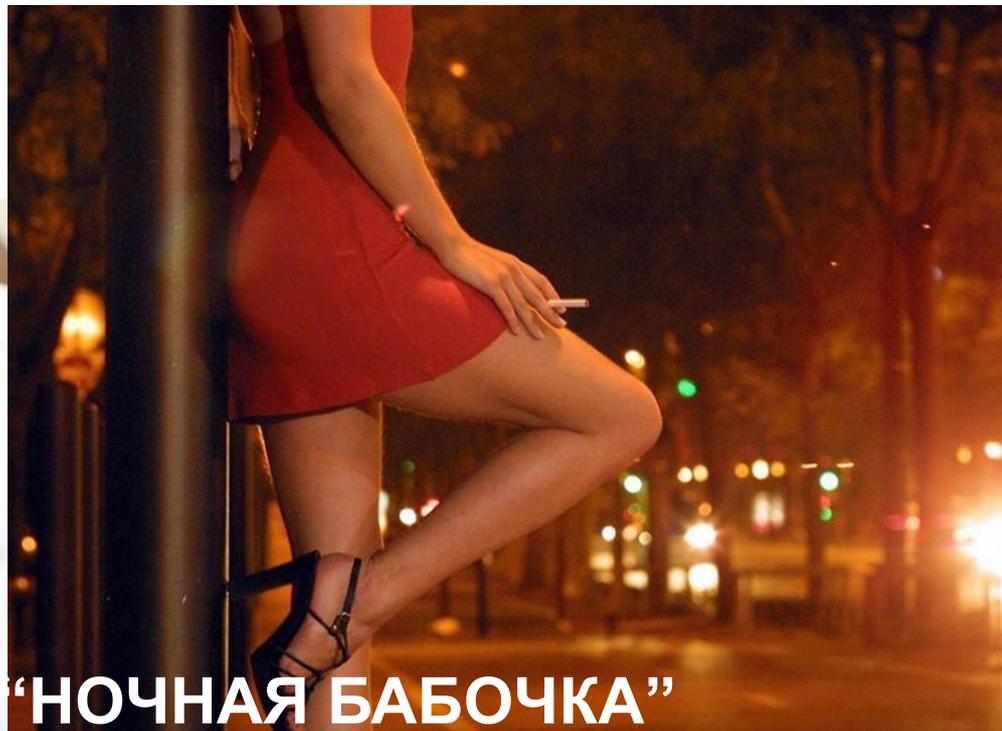
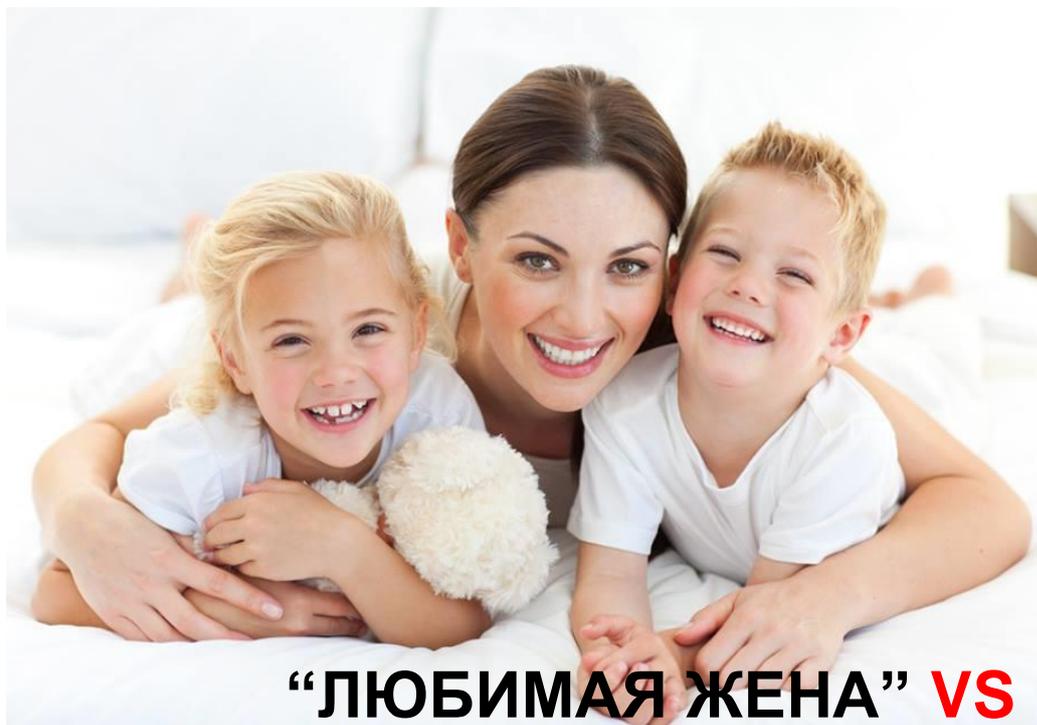
Смешно будет не всем.





ОТРАСЛЬ

ДО ЧЕГО МЫ ТЕБЯ ДОВЕЛИ?



“ЛЮБИМАЯ ЖЕНА” **VS** “НОЧНАЯ БАБОЧКА”

СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ





«ТРИ КИТА» ПРОИГРЫША

АВТОРИТАРНОЕ ВЛИЯНИЕ



ПЛОХОЙ МАРКЕТИНГ

НЕКОМПЕТЕНТНЫЙ
ОТДЕЛ ПРОДАЖ

СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ





АВТОРИТАРНОЕ ВЛИЯНИЕ

собственника

«советчиков»
собственника

приглашенных
«звезд»

конкурентов

! КАЖДЫЙ проект



СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ



АВТОРИТАРНОЕ ВЛИЯНИЕ

МАРКЕТОЛОГ

=

дипломат

стратег

аналитик

психолог

няня





АВТОРИТАРНОЕ ВЛИЯНИЕ

ЧТО ДЕЛАТЬ ?

Прогнозируемые
результаты

Негативные и
позитивные кейсы

“сделай выбор”!

АВТОРИТАРНОЕ ВЛИЯНИЕ

«Не имеет смысла нанимать толковых людей, а затем рассказать им, что делать; мы нанимаем умных людей, чтобы они могли рассказать нам, что делать».

(С) сами знаете, кто



ПЛОХОЙ МАРКЕТИНГ vs ПРАВИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Простые правила,
которые никто не
соблюдает





ПЛОХОЙ МАРКЕТИНГ vs ПРАВИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

СТАРАЯ ФИЛОСОФИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

ТОВАР

КОММУНИКАЦИИ

СБЫТ

ЗАБУДЬТЕ!

СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ





ПЛОХОЙ МАРКЕТИНГ vs ПРАВИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

НОВАЯ ФИЛОСОФИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

ПОТРЕБИТЕЛЬ

МАРКЕТИНГ

ТОВАР

КОММУНИКАЦИИ

СБЫТ

ОРИЕНТИР - ПОТРЕБИТЕЛЬ!

СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ





ПЛОХАЯ НОВОСТЬ

“КЛАДБИЩЕ” РЕКЛАМЫ



СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ





ХОРОШАЯ НОВОСТЬ

МЫ ЗНАЕМ, ЧТО НАДО МЕНЯТЬ

Ориентир -
на СВОЕГО
покупателя

ЕВРОПЕЙСЬКЕ МІСТО

МОЇ БАТЬКИ ОБРАЛИ
ЕВРОМІСТО ТОМУ ЩО
ТУТ ЦІЛОДОБОВА
ОХОРОНА

SAVO

. КРЮКІВЩИНА, вул. ЖУЛЯНСЬКА, 1А

096 211-22-22 evromisto.ua

СТРАТЕГІИ. МАРКЕТИНГ





ПОЧЕМУ ВАШУ РЕКЛАМУ НЕ ЗАМЕЧАЮТ

Маркетолог уверен в том, что людям небезразличен его товар

Люди должны вас заметить. Отличайтесь от того, что рядом

**ЭФФЕКТ — БРЕНД КАК НОВОЕ
КУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ**



НАГЛЯДНО

КВАРТИРИ В МИЛІЙ

розстрочка від забудовника

ЖБК «Будівельне об'єднання - 3»

квартира

від **250000** грн.

(044) 362-47-22
(066) 216-30-92

готові квартири та інвестиції

www.milayakvartira.kiev.ua



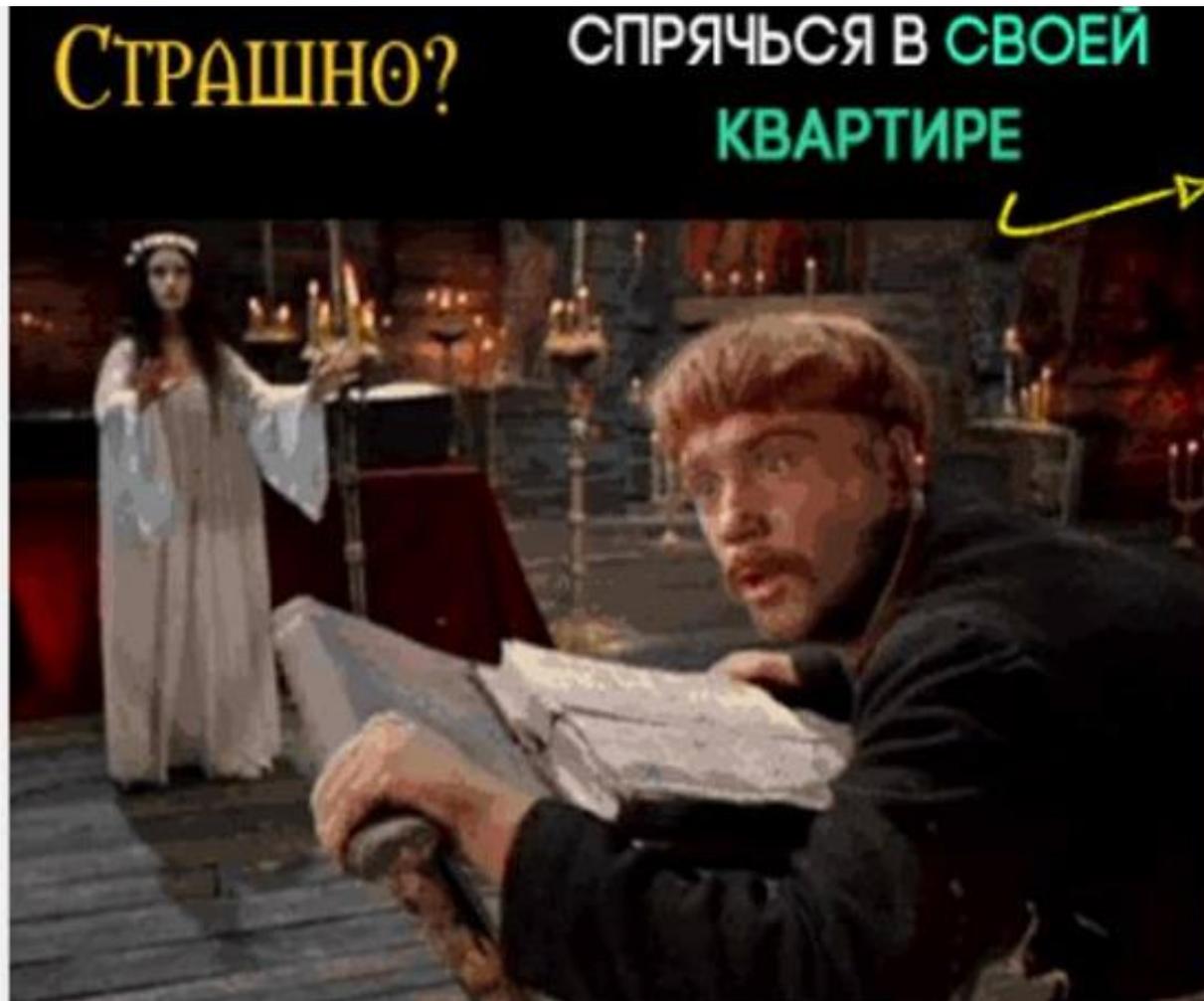
СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ





НАГЛЯДНО

СТРАШНО? СПРЯЧЬСЯ В СВОЕЙ КВАРТИРЕ



Шулявський ЖК ШУЛЯВСКИЙ



ТОЛЬКО 31.10.17
ЛЮБАЯ КВАРТИРА
16 000 ГРН/м²

☎ 044 220 46 46

СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ





НАГЛЯДНО



**З'ІМО ЦЮ
КАСКУ,
якщо не добудуємо
хоча б один будинок**



ЗАВЖДИ ДОБУДОВУЄМО ДО КІНЦЯ

Відділ продажу: (044) 280 90 11
www.kyivmiskbud.ua

СТРАТЕГІИ. МАРКЕТИНГ





НАГЛЯДНО





НАГЛЯДНО



СТРАТЕГІИ. МАРКЕТИНГ





САЙТ

ПРОСТЫЕ ПРАВИЛА

Сайт должен соответствовать потребностям покупателей

Привлекательный и простой интерфейс

Информативный

Формировать достижение конверсии в заявки, звонки, просмотры

**95% сайтов не отвечают
ПРОСТЫМ ПРАВИЛАМ**



ОТДЕЛ ПРОДАЖ

«Существует лишь один босс — это клиент. Он способен уволить любого сотрудника компании, даже председателя правления. Для этого ему достаточно тратить свои деньги в другом месте»

Сэм Уолтон,
основатель Walmart





НАШ ПОКУПАТЕЛЬ ?

Адаптировать
позиционирование ПОД
ЛЮБОГО покупателя —
ЗАЧЕМ?

**КАК МЫ
ВИДИМ
ПОКУПАТЕЛЯ**



СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ





ПРОВЕРЕННАЯ СХЕМА

ДО РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Кто тот человек, которому вы хотите продавать свой продукт, или привлечь внимание к своему ЖК?

Кто ваш главный конкурент? Что он делает не так?

Что происходит в вашей категории? Какие возможности это вам дает?

Кто вы? Какая эмоциональная связь между вашим брендом и человеком из первого пункта?



НА “ГОТОВЕНЬКОЕ”

ЧТО ДЕЛАТЬ ?

Разрабатывайте максимально РЕАЛИСТИЧНЫЙ стратегический план, с прогнозируемыми результатами, календарным графиком и бюджетом. УТВЕРДИТЕ с руководством.

Взвесьте свои РЕАЛЬНЫЕ силы и компетенции. Выясните, в каких рамках вы можете предлагать вносить изменения в деятельность компании.

Определите все возможные РЕСУРСЫ, помимо материальных - отделы и отдельных сотрудников компании и подрядчиков, их компетенции и возможности.



НА “ГОТОВЕНЬКОЕ”

ЧТО ДЕЛАТЬ ?

Изначально необходимо детально изучить сложившуюся ситуацию, объект, ситуацию на рынке, поставить диагноз. Не раскачивайтесь, нужно действовать максимально сосредоточенно и быстро

Взвесьте свои РЕАЛЬНЫЕ силы и компетенции. Выясните, в каких рамках вы можете предлагать вносить изменения в деятельность компании.

В процессе изменений обязательно делаете ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ срезы результативности, АДАПТИРУЙТЕ стратегию, пересматривайте тактику, исходя из полученных данных и ситуации на рынке

ДУМАЕТЕ, ВСЕ ?

СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ





ОТДЕЛ ПРОДАЖ

Контакт с рекламой конкретного ЖК

100 000 чел./мес

Поиск в Internet информации о ЖК

10 000 чел./мес

Изучили планировки и ознакомились с сайтом ЖК

5000 чел./мес

Выполнили целевые или конверсионные действия

1 000 чел./мес

ПОЗВОНИЛИ В ОТДЕЛ ПРОДАЖ

400 чел./мес

ПРИЕХАЛИ НА ПРОСМОТР

50/200 чел.



СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

СТРАТЕГИИ. МАРКЕТИНГ

