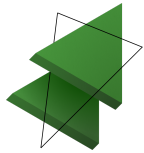




**БРЕНД-  
ПЛАТФОРМА**



## СУТЬ БРЕНДА

Семейные технологии для надёжного партнёрства и общественной пользы (семейные технологии - направление для частных покупателей, партнёрство - новое оборудование, общественная польза - госзаказ).



## МИССИЯ БРЕНДА

### **Строительство домов**

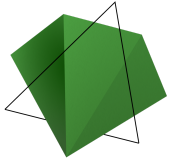
Использование современных строительных технологий для простоты и комфорта. Обеспечение потребителя всем необходимым для быстрого и удобного строительства без необходимости владения специфическими знаниями и умениями.

## **Коммерческая недвижимость**

Уникальность форм и экономия пространства по выгодной цене. Предоставление возможности выделяться среди конкурентов с помощью необычных архитектурных форм и увеличение полезной площади помещения за счет компактности конструкций. Наилучшее соотношение цены и качества возведенного объекта по сравнению с другими строительными технологиями.

## **Для партнеров**

Лёгкий вход на рынок строительства за счет простоты и понятности процессов. Возможность использования огромной производственной базы при минимальных вложениях упростит освоение стремительно развивающейся технологии ЛСТК, а желание и готовность делиться успехом компании с заинтересованными партнерами обеспечат успех даже новичкам в сфере строительства.



## ЦЕННОСТИ БРЕНДА

### Для строительства домов

1. **Простота.** Применение технологии ЛСТК обеспечивает максимально понятный подход к строительству сооружений разной степени комплексности. Построй дом сам по инструкции.
2. **Доступность.** Оптимальное соотношение цены и качества в сочетании с прозрачным, логичным алгоритмом процесса строительства и постоянной поддержкой на всех этапах делают частные дома доступными каждому. Купи дом по цене квартиры и избавься от городской суеты.
3. **Надежность.** Дома обладают высокой износо- и жаростойкостью, при этом не особо требовательны к условиям возведения, а также устойчивы к сейсмическим воздействиям (до 9 баллов).
4. **Гибкость.** Технология ЛСТК позволяет застраивать даже участки земли со сложным рельефом. Крутые уклоны или овраги - больше не препятствия. Выгодное строительство на доступных участках.

## Для коммерческой недвижимости

5. **Удобство.** Использование ЛСТК обеспечивает ряд полезных функциональных возможностей. Например, строительство в зонах, где запрещено возведение капитальных сооружений. Кроме того, подобные конструкции удобны в эксплуатации и позволяют экономить на пространстве для размещения различного рода коммуникаций за счёт возможности их встраивания и проведения внутри перекрытий.
6. **Мобильность.** Сооружения по данной технологии можно свободно транспортировать. К примеру, переместить базу отдыха/офис продаж (либо другой одноэтажный объект до \_\_\_м”), в другое место.
7. **Скорость.** Строительство по технологии ЛСТК может осуществляться в очень сжатые сроки, что идеально подходит для быстровозводимых сооружений. Чем быстрее возвести здание, тем скорее оно начнёт окупаться. К примеру, по технологии ЛСТК можно построить отель за 3 месяца и на протяжении 9 месяцев зарабатывать деньги и окупаться, в то время как по другим технологиям строительство может занимать до года.
8. **Разнообразие.** Технология ЛСТК даёт возможность строительства не только домов, но и разнообразных конструкций: от встроенной тумбочки и подставки под раковину до мангальных зон и каминов. Ещё одно преимущество - это возможность

постройки сооружений сложных и необычных архитектурных форм, привлекающих внимание, что дает возможность выделиться среди конкурентов.

**9. Увеличение прибыли.** Полезная площадь помещения, благодаря технологии (толщины стен), увеличивается (до 400м<sup>2</sup> на 10000м<sup>2</sup>). К примеру, доход от аренды может вырасти до \_\_\_\_ в год, а сезонного отеля до \_\_\_ в год. Экономия на пространстве увеличивает маржинальность для девелоперов за счет снижения себестоимости, обеспечивает рост прибыльности собственников торговых помещений, так как на меньшей площади строится большее количество объектов. Ещё один бонус - энергоэффективность зданий, позволяющая экономить значительные суммы на охлаждении и обогреве.

### Для продажи оборудования

**10. Аффилиация.** Компания стремится к созданию широкой сети партнёров, каждый из которых разделяет ценности бренда и является членом сообщества единомышленников, где любому желающему всегда будет оказана необходимая помощь

**11. Общественная полезность.** Возможность исполнения масштабных госконтрактов, возводя социальные сооружения (детские сады, школы и т.д.), соответствующие необходимым требованиям, по всем современным стандартам и технологиям.

Построено 23 фельдшерско-акушерских пункта (ФАП), 7 медицинских амбулаторий, 3 больницы, 5 административно-бытовых комплексов, 17 детских садов (на 1 200 новых мест), 56 домов в рамках социальных программ по переселению людей, пострадавших от стихийных бедствий, 2 дома для детей-сирот и 24 дома в рамках социальных программ по переселению людей из ветхо-аварийного жилья. В активе компании присутствуют и такие крупные проекты, как футбольный стадион (Краснодар-2) и площадка для детского федерального центра “Смена” с 16 павильонами общей площадью 6000 м<sup>2</sup>.

**12. Лёгкий старт на рынке.** Компания самостоятельно производит оборудование для работы по технологии ЛСТК и поставляет партнерам, предоставляя постоянную техническую и консультационную поддержку для упрощения процесса его освоения. Таким образом, новые партнёры занимают выгодную стартовую позицию на рынке, поскольку могут использовать производственные мощности, опыт и репутацию крупной компании для заключения и исполнения прибыльных контрактов уже на начальных этапах своей деятельности.

## РАСКРЫТИЕ СОДЕРЖАНИЯ БРЕНДА

<p><b>Направления бизнеса</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Развитие технологии ЛСТК для быстрого и комфортного строительства частных домов</li> <li>● Использование современных технологий для оперативного возведения коммерческих сооружений уникальных форм, а также социальных зданий в рамках исполнения контрактов по госзаказу</li> <li>● Продажа специального оборудования для работы по данной технологии и развития партнерской сети</li> <li>● Изготовление каркасов для возведения зданий любой сложности по индивидуальным и типовым проектам</li> <li>● Производство стальных конструкций разнообразных форм для решения широкого спектра задач заказчика</li> <li>● Возведение мансардных этажей</li> </ul>
<p><b>Выгоды для клиентов</b></p>	<p><b>Для строительства дома:</b> Простота и удобство (построй дом без заморочек), неприхотливость к условиям возведения (можно строить даже на участках со сложным рельефом), оптимальное соотношение цена/качество (дом по цене квартиры), энергоэффективность (экономия на охлаждении/обогреве), возможность возведения разнообразных встроенных конструкций внутри дома</p>



	<p><b>Для бизнеса:</b> увеличение полезного пространства и уникальность архитектурных форм (выделяйся и увеличивай доход). Нет переплаты за излишки материалов, четкое понимание требуемых комплектующих и минимальное количество мусора после строительства. Простота технологии и меньшее количество требуемых усилий позволяют экономить на трудовых ресурсах при возведении зданий, а энергоэффективность обеспечивает экономию на отоплении.</p> <p><b>Для партнёров:</b> зарабатывай с минимальными вложениями без специфических знаний в стройке</p> <p><b>Для госзаказа:</b> надёжность и компетентность (здания, соответствующие всем нормам и гостам), новые возможности</p>
<p><b>Продающая эмоция</b></p>	<p><b>Для потребителя:</b> легкость, простота, надёжность, технологичность. Современный красивый и необычный дом с оптимальным соотношением цены и качества, устойчивый к природным катаклизмам (в отличии от деревянных каркасов)</p> <p><b>Для бизнеса:</b> уникальность, быстровозводимость, возможность выделиться и привлечь внимание потребителей, построив сооружение необычной формы по выгодной цене</p>

	<p><b>Для партнеров:</b> комфортная экосистема ведения бизнеса, поддержка со стороны крупной компании, современные технологии, растущий рынок, помощь в освоении оборудования</p>
<p><b>Деятельность компании</b></p>	<p>Производство комплектов зданий и возведение сооружений различной степени сложности по технологии ЛСТК для потребителей и государства, продажа оборудования</p>
<p><b>Для кого компания</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Для тех, кто хочет жить в частном доме;</li> <li>• Для бизнесменов, желающих выделиться и заработать;</li> <li>• Для специалистов, мечтающих развиваться и зарабатывать в сфере строительства;</li> <li>• Для архитекторов, желающих воплотить свои уникальные задумки с помощью современной технологии;</li> <li>• Для девелоперов, которые хотят самостоятельно построить дом быстро и с минимальными затратами, чтобы затем его выгодно продать.</li> </ul>
<p><b>Инсайты (проблемы, которые стремимся решить)</b></p>	<p>Я бы хотел самостоятельно построить свой частный дом, но не разбираюсь в строительстве.</p> <p>Я бы хотел зарабатывать на строительстве, но не знаю с чего начать.</p>

	<p>Я бы хотел возводить сложные архитектурные сооружения, но многие строительные технологии не обеспечивают такой возможности в силу своей ограниченности.</p> <p>Я бы хотел получить надёжный, технологичный и современный дом с приятным дизайном, но существующие ны рынке варианты меня не устраивают.</p> <p>Я бы хотел оперативно возвести несколько сооружений, чтобы продать их по выгодной цене.</p> <p>Я бы хотел строить надёжные социальные сооружения, соответствующие необходимым требованиям, но капитальные постройки слишком дорогие.</p>
<p><b>Что определяет успех проекта</b></p>	<p><u>Для потребителей и бизнеса</u>: Доступная цена при высокой скорости возведения, отличных эксплуатационных характеристиках (энергоэффективность, сейсмоустойчивость, сохранение ликвидности на протяжении долгого времени) и уникальность архитектурных форм при сопоставимых с традиционным строительством бюджетах.</p>

	<p><u>Для партнеров:</u> Выигрышная стартовая позиция на рынке, сопровождение и поддержка крупной компании, возможность зарабатывать на растущем рынке с высокой ёмкостью, гарантированная окупаемость</p>
<p><b>Каким образом достигаем успеха</b></p>	<p>Современные технологии, разнообразие проектов, высокие требования к качеству, наличие собственного оборудования и широкой партнёрской сети</p>
<p><b>Рациональные ценности</b></p>	
<p><b>Доступность</b></p>	<p>Строительство по технологии ЛСТК дешевле, чем традиционное</p>
<p><b>Низкие требования к квалификации</b></p>	<p>Дом может построить человек, который никогда не сталкивался со строительством, при непрерывной консультационной поддержке компании</p>
<p><b>Простота и внимание к деталям</b></p>	<p>Все элементы идеально подходят друг к другу. Для сборки предоставляется инструкция, максимально облегчающая процесс.</p>
<p><b>Опыт работы</b></p>	<p>Построили 23 фельдшерско-акушерских пункта (ФАП), 7 медицинских амбулаторий, 3 больницы, 5 административно-бытовых комплексов, 17 детских садов (на 1 200 новых мест), 56 домов в</p>

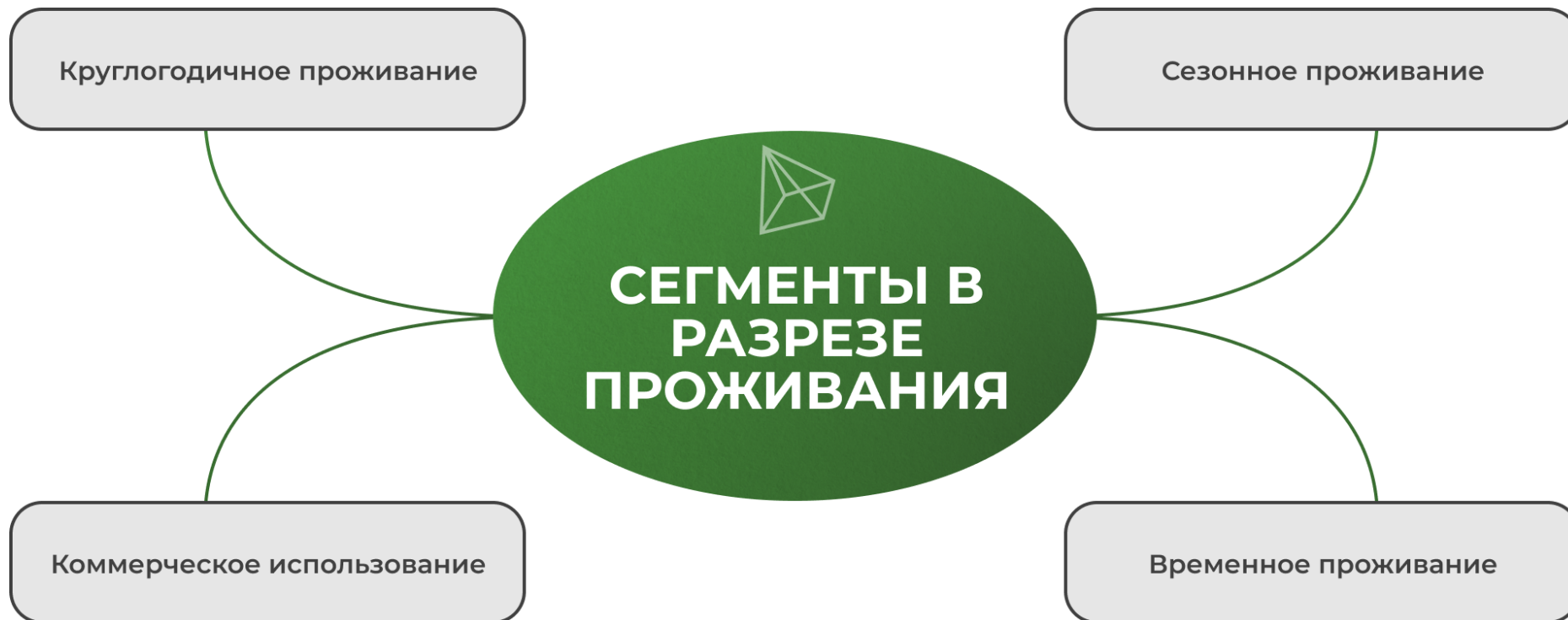
	<p>рамках социальных программ по переселению людей, пострадавших от стихийных бедствий, 2 дома для детей-сирот и 24 дома в рамках социальных программ по переселению людей из ветхо-аварийного жилья. В активе компании присутствуют и такие крупные проекты, как футбольный стадион (Краснодар-2) и площадка для детского федерального центра "Смена" с 16 павильонами общей площадью 6000 м2. Реализовано ____ проектов для потребителей и ____ коммерческий объектов.</p>
<b>Репутация</b>	<p>Компания имеет обширные мощности, обеспечивающие полный производственный цикл: от производства оборудования до строительства разнообразных сооружений, владеет множеством патентов, торговых марок и торговых знаков, работает на международном рынке, исполнила более 140 гос. контрактов, зарекомендовав себя ответственным подрядчиком. В активе школы, детские сады и даже целые коттеджные поселки.</p>
<b>Эмоциональные ценности</b>	
<b>Простота</b>	<p>Возможность воплотить масштабный проект без специальных знаний и навыков</p>

<b>Оперативность</b>	Возможность осуществить мечту в сжатые сроки без огромных трудозатрат
<b>Открытость</b>	<p><u>Для потребителей</u>: компания предоставляет все необходимые инструкции и оказывает постоянную консультационную поддержку тем, кто решил построить дом своими руками</p> <p><u>Для партнеров</u>: компания охотно делится собственными знаниями, разработками с партнёрами для достижения общей цели (инструкции, скрипты продаж, коммерческие предложения, самый мощный парк оборудования, который работает на всю партнерскую сеть). За счет личного бренда собственника и общения напрямую, строится линия доверия</p>
<b>Надёжность</b>	Гарантия на сооружения до <b>100</b> лет



## ПРОРАБОТКА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Цели



Потребители (физические лица) - эконом





**Общие характеристики** - площадь до 80м<sup>2</sup>, стройка своими руками. Важна итоговая цена объекта, так как бюджет очень ограничен, хотят сэкономить. Придирчивы к материалам и технологии. Переживают что на них много заработают. Больше влияние на принятие решение оказывают родственники/соседи/знакомые.

Вопрос	Сегмент 1 - временное проживание/сезонное проживание	Сегмент 2 - постоянное проживание
Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Мужчина, 50-70 лет, водитель/пенсионер, средний доход	Мужчина, 45-60 лет, военный в отставке, средний доход
В какой стране/городе проживают?	Города-спутники столиц федеральных округов/столица федерального округа	Город - столица федерального округа
Где они очень часто проводят время?	Сад, огород, охота, рыбалка	Охота, рыбалка, отдых на природе

Каковы главные жизненные ценности этих людей?	Спокойствие, стабильность, гармония с природой	Состоятельность, солидность, самореализованность
Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Строительство на дачном участке временного домика, пока строится основной/постройка небольшого дома для семейного отдыха	Строительство дома как вещественного подтверждения реализации своих амбиций
Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Выход на пенсию, желание быть ближе к природе, необходимость обустройства "семейного гнезда"	Кризис среднего возраста, необходимость испытывать чувство реализованного жизненного потенциала
Каковы причины этих проблем?	Потребность во внимании со стороны повзрослевших детей и внуков	Желание испытывать одобрение со стороны общества, чувство внутренней удовлетворенности

<p>Что мешает им решить свои проблемы?</p>	<p>Дороговизна и сложность строительства</p>	<p>Отсутствие опыта построения домов</p>
<p>Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?</p>	<p>Снимали частный дом на выходные, что избавило от необходимости регулярного ухода за собственным домом, но накладывало серьёзные ограничения, связанные с требованиями арендодателя</p>	<p>Отдых на базе, выезд на природу, минус в ограниченности времени пребывания в загородном доме</p>
<p>На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?</p>	<p>Задумались над обустройством дачного участка</p>	<p>Задумались над самостоятельной постройкой своего дома</p>
<p>Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?</p>	<p>Создание места сбора для всей семьи</p>	<p>Удовлетворение от того, что самостоятельно построил дом</p>

Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Уютный дом на дачном участке с садом, огородом и регулярными визитами детей по выходным	Строительство дома по заранее подготовленной инструкции, но собственному проекту
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	Удовлетворят потребность во внимании	Станут чувствовать себя увереннее, получат свидетельство реализации собственного потенциала
Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?	Отдалятся от взрослых детей	Продолжат чувствовать себя неудовлетворенными
В чем они продолжают сомневаться?	В надёжности и долговечности построек	В своих силах, возможности решить проблему, качестве
Каковы главные желания сегмента?	Сплоченная, дружная семья	Надёжная и качественная постройка своими руками

Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?	Одиночество	Быть обманутым мошенниками при строительстве
Что их больше всего радует?	Возможность внести посильный вклад в объединение семьи	Цена, возможность строительства своими руками, бесшумность стройки
Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Недостаточный опыт в осуществлении подобного вида работ	Ненадёжная репутация компании, отсутствие опыта реализации подобных проектов
Как они узнали о вас?	Сарафанное радио, ТВ	Сарафанное радио, профессиональное сообщество, ТВ, реклама в интернете
Что они думают о цене?	Ищут возможность сэкономить	Радует возможность экономии на материалах без ущерба общему качеству постройки

Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Опыт работы, гарантии от производителя	Возможность самостоятельного достижения результата
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Сроки строительства (если временное жилье), итоговая стоимость проекта (если основной)	Понятное объяснение преимуществ технологии, сопровождение на этапе сборки
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Изменение изначальных условий в процессе выполнения работ	Отсутствие уважения, пренебрежительное отношение со стороны компании
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	Профильные форумы, Одноклассники	Профильные форумы, Одноклассники
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Пытаются хорошо разобраться прежде чем сделать заказ	Что-то слышал, изучал отзывы, советовался со строителями

Вопрос	Сегмент 3 - постоянное жилье	Сегмент 4 - постоянное жилье
Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Молодая пара, 27-35 лет, средний доход/ниже среднего	Мужчина, 30-40 лет, средний доход/ниже среднего
В какой стране/городе проживают?	Города-спутники столиц федеральных округов/столица федерального округа	Города-спутники столиц федеральных округов/столица федерального округа
Где они очень часто проводят время?	Работа, времяпрепровождение с друзьями	Рыбалка, отдых с друзьями, работа
Каковы главные жизненные ценности этих людей?	Семья, самостоятельность, финансовая стабильность	Самореализация, финансовая стабильность

Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Переезд от родителей в свой дом	Самостоятельная постройка собственного дома
Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?  Каковы причины этих проблем?	Создание семьи	Реализовать амбиции, желание разобраться в строительстве
	Желание вести самостоятельный образ жизни	Условия проживания
Что мешает им решить свои проблемы?  Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?	Дороговизна, нехватка знаний в сфере жилья	Нехватка финансов
	Арендовали квартиру	Ранее не предпринимали никаких решений



На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?	Присмотрели участок, рассматривают недорогие варианты строительства	Есть свой участок, загорелся идеей построить дом по данной технологии, вникает в детали
Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?  Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Дом для переезда	Удовлетворение от того, что самостоятельно построил дом
	Дом, построенный самостоятельно по понятной инструкции (с информационной поддержкой компании) с минимальными вложениями	Научиться строить по данной технологии
Как изменится их жизнь после решения проблемы?  Что случится в их жизни, если они не будут решать свою	Начнут жить самостоятельно	Улучшит качество жизни, поменяет семейное положение
	Останутся жить с родителями, купят квартиру (либо будут арендовать)	Останутся на прежнем уровне жизни

проблему и оставят все как есть сейчас?		
В чем они продолжают сомневаться?	В своих финансовых возможностях	Хватит ли средств на реализацию идеи
Каковы главные желания сегмента?	Начать жить самостоятельно, больше проводить времени вдвоем	Самоутвердиться
Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?	Стоимость строительства (страх не уложиться в бюджет), несостоятельность личности	Не получится самостоятельно построить дом, не хватит времени/сил/знаний
Что их больше всего радует?	Возможность, не имея опыта самостоятельно построить дом и в будущем увеличить постройку	Возможность сэкономить как на этапе стройки, так и на содержании дома
Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Нехватка финансов	Неуверенность в своих силах

Как они узнали о вас?	Интернет, социальные сети, ТВ, ютуб	Ютуба, сарафанное радио, ТВ
Что они думают о цене?	Ищут возможность сэкономить	Ищут возможность сэкономить
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Прозрачная и понятная смета, стоимость, инструкции для стройки	Качество постройки, общий бюджет, сроки
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Скидки, наглядное сравнение стоимости строительства с другими технологиями. Идея растущего дома - вначале вложить небольшие средства и дальше расширяться	Наглядные примеры самостоятельныхстроек, показать выгоды в использовании данной технологии
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Дороговизна, сложность технологии	Чрезмерное давление на принятие решения
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	Тик-ток, инстаграм, VK	Одноклассники, Дзен, профильные форумы, ютуб

Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Еще не слышали/не знали о данной технологии	Знакомы и хотят узнать больше о технологии
---	---	--

### Потребители (физические лица) - комфорт

**Общие характеристики** - площадь 80-120м<sup>2</sup>, стройка делегирована/может построить сам (чтобы сэкономить).  
 Важны: прозрачная открытая смета, материалы, итоговая стоимость дома (так как часто будут сравнивать с ценой квартиры, необходимо переломить убеждения, что это будет дороже), проект дома, наличие архитекторов, гарантии, стоимость содержания дома. Ценят честность, открытость и экспертность.



Вопрос	Сегмент 1 - постоянное проживание	Сегмент 2 - постоянное проживание
Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Женщина, 45-60 лет, думает о будущем своих детей, доход выше среднего	Молодая семьи с 1-2 детьми, супругам по 30-35 лет, доход на семью выше среднего
В какой стране/городе проживают?	Город - столица федерального округа	Город - столица федерального округа
Где они очень часто проводят время?	Офис, дом	Офис, дом, детские секции, иногда выезжают на природу
Каковы главные жизненные ценности этих людей?	Семья, дети, стабильность	Семья, дети, экологичность

Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Начало отдельной жизни со взрослым ребенком	Создание благоприятных условий жизни для детей вне крупного города
Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Взросление детей	Рождение детей
Каковы причины этих проблем?	Необходимость начала самостоятельной жизни ребенка	Плохая экология, условия жизни в городе
Что мешает им решить свои проблемы?	Высокие трудозатраты на постройку дома, необходимость тратить много времени на изучение процессов в строительстве	Удаленность частного дома от места работы, переживают, что не разберутся в нюансах стройки
Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях	Жили в квартире вместе с семьей	Жили в квартире в городе

сработало хорошо, а что разочаровало?		
На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?	Хочет построить частный дом и уехать туда жить, оставив квартиру ребенку	Задумываются над стройкой частного дома, сравнивает технологии
Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?	Осуществление мечты о жизни в частном доме	Создание благоприятных условий для взросления детей
Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Уютный частный дом, расположенный недалеко от квартиры, где живёт ребёнок	Доступный дом в экологичном районе недалеко от работы
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	Исполнится мечта жить в частном доме	Увеличат площадь жилья
Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?	Будут чувствовать себя неудовлетворенными как матери	Будут уютиться в текущих м2

<p>В чем они продолжают сомневаться?</p>	<p>В необходимости выбора в пользу частного дома перед квартирой</p>	<p>В надежности технологии ЛСТК, возможность управлять процессом, надежности прорабы, стоимость итоговой сметы</p>
<p>Каковы главные желания сегмента?</p>	<p>Совершить выгодную сделку (возможность делегировать часть работ другим подрядчикам для оптимизации цены)</p>	<p>Наличие развитой инфраструктуры в месте строительства</p>
<p>Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?</p>	<p>Не поместиться в смету, боятся не предусмотреть детали, быть обманутыми недобросовестным подрядчиком</p>	<p>Невозможно построить большой дом для всей семьи на маленьком по площади участке, непрозрачные сметы</p>
<p>Что их больше всего радует?</p>	<p>Соблюдение сроков и помощь в строке прорабу</p>	<p>Возможность построить просторный, функциональный дом на ограниченном пространстве, экономия на содержании дома</p>



Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Ненадёжная репутация, скудное портфолио компании, сроки (даже на момент общения)	Несоответствие заявленных характеристик постройки реальности, компетентность, сроки (даже на момент общения)
Как они узнали о вас?	Сарафанное радио, интернет, ТВ, ютуб	Реклама в интернете, ТВ, наружная реклама, ютуб
Что они думают о цене?	Постоянно сравнивают со стоимостью квартир	Стремятся сэкономить, но бюджет есть
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Надёжность и долговечность выбранного варианта постройки	Возможность строительства в месте с развитой инфраструктурой (бесшумная среда не затронет соседей)
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Успешные истории, советы подруг, общение с людьми, имеющими позитивный опыт взаимодействия с технологией, советы лидеров мнений	Доступность и компактность сооружения, собственный архитектор, который разработает проект (лидо подобранный типовой проект, который рассчитан даже с отделкой) под

		данный запрос, фиксированные сметы
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Недостаточный контроль над процессами	Нет поддержки продавца
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	Телеграм, Одноклассники	ВК, Телеграм, Инстаграм
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Ничего не знают об этом	Ничего не слышали, но будут активно изучать
Какие способы оплаты они считают самыми удобными?	Банковская карта, наличный расчет	Банковская карта, наличный расчет

<b>Вопрос</b>	<b>Сегмент 3 - постоянное проживание</b>
---------------	--

Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Жена как субъект принятия решений в семье
В какой стране/городе проживают?	Город - столица федерального округа
Где они очень часто проводят время?	Дом, офис, торговый центр
Каковы главные жизненные ценности этих людей?	Уют, комфорт, эстетичность
Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Строительство красивого дома с уникальным дизайном
Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Желание переехать за город
Каковы причины этих проблем?	Устала от городской суеты

Что мешает им решить свои проблемы?	Высокая цена, отсутствие технической возможности строительства уникального сооружения по некоторым технологиям
Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?	Жила в квартире
На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?	Убеждает мужа построить красивый частный дом за городом
Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?	Точная и чёткая реализация всех её идей в проекте точно в срок
Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Соответствие ожиданий от уникального проекта действительности
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	Почувствуют себя счастливее

<p>Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?</p>	<p>Не смогут воплотить свои желания</p>
<p>В чем они продолжают сомневаться?</p>	<p>В том, что строительство по уникальному проекту может быть доступным, в качестве (что дом будет надежным, монолитным, экологичным, теплым)</p>
<p>Каковы главные желания сегмента?</p>	<p>Воплощение собственных идей при постройке своего дома</p>
<p>Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?</p>	<p>Страх того, что красивый дом окажется нефункциональным и очень дорогим</p>
<p>Что их больше всего радует?</p>	<p>Красота и функциональность, экологичность, соблюдение сроков, порядок на стройке (отдельный пункт - вывоз мусора). Возможность реализовать дополнительные решения (описаны ниже таблицы)</p>

<p>Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?</p>	<p>Необходимость разбираться в строительстве (будет слушать только прораба, важно наладить коммуникацию с ним)</p>
<p>Как они узнали о вас?</p>	<p>Реклама в интернете, ТВ, наружная реклама</p>
<p>Что они думают о цене?</p>	<p>Соотношение цена/качество играет важную роль (потому что иначе муж не купит)</p>
<p>Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?</p>	<p>Убеждение мужа в необходимости покупки</p>
<p>Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?</p>	<p>Предложить мужу доступную цену и современные технологии, жене - эстетику и функциональность разработанных проектов. Добавить в договоре 2 подписи</p>
<p>Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?</p>	<p>Низкая квалификация сотрудников</p>

На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	ВК, Телеграм, Инстаграм
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Делегируют мужу изучение данного вопроса
Какие способы оплаты они считают самыми удобными?	Банковская карта, наличный расчет

Данному сегменту (комфорт) можно предлагать различные дополнительные решения, благодаря которым, предложение будет выглядеть привлекательнее:

- двухуровневый потолок
- антресоль под камин
- различные тумбы
- лестница
- терраса
- эксплуатируемая крыша

- балконы
- фасадные элементы

**Потребители (физические лица) - премиум**

**Общие характеристики** - площадь 120-200+м2, стройка делегирована.

Важны: место стройки, материалы, уникальность архитектуры (именитые архитекторы), технологичность.



Вопрос	Сегмент 1 - сезонное проживание	Сегмент 2 - постоянное проживание
--------	---------------------------------	-----------------------------------



<p>Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.</p>	<p>Мужчина, 35-50 лет, топ менеджер крупной компании, доход выше среднего</p>	<p>Мужчина, 25-35 лет, высококвалифицированный специалист, доход выше среднего</p>
<p>В какой стране/городе проживают?</p>	<p>Город - столица федерального округа</p>	<p>Город - столица федерального округа</p>
<p>Где они очень часто проводят время?</p>	<p>Офис, спортзал, активный отдых на природе</p>	<p>Офис, дом, спортзал</p>
<p>Каковы главные жизненные ценности этих людей?</p>	<p>Деньги, карьера, успешность</p>	<p>Современность, мобильность, успешность</p>
<p>Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?</p>	<p>Создание места, где можно отвлечься и отдохнуть от насыщенных будней</p>	<p>Строительство дома для постоянного проживания</p>

Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Стремление к построению карьеры, высокому заработку	Желание вложить первые большие заработанные деньги
Каковы причины этих проблем?	Высокая динамика ритма жизни	Потребность в подтверждении статуса в обществе
Что мешает им решить свои проблемы?	Хочет создать уникальный проект с необычными формами и архитектурой, не может выбрать подрядчика, нехватка времени	Дороговизна капитальной стройки, страшно доверить стройку прорабам
Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?	Отдых на базе, выезд на природу, минус в ограниченности времени пребывания в загородном доме	Жили в квартире
На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?	Задумались над постройкой частного дома, советуется с прорабом	Выбирает технологии и подрядчиков, уточняет детали

Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?	Дом по собственному (разработанному) уникальному	Выгодная инвестиция с возможностью постоянного проживания
Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Строительство дома без погружения в детали стройки	Дом, при строительстве которого используются современные технологии
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	Появится уютный уголок спокойствия, где можно передохнуть от насыщенных будней	Начнут формировать собственный капитал в виде дома
Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?	Не будет своего уголка, где можно отвлечься от насыщенных будней	Останутся жить в квартире
В чем они продолжают сомневаться?	В возможности построить уникальный дом (как он задумал)	В доступности строительства

Каковы главные желания сегмента?	Отсутствие проблем при строительстве, качество	Вложение средств
Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?	Страх получить ненадёжную, недолговечную постройку	Срок службы построенного дома, неликвидность
Что их больше всего радует?	Возможность постройки любых форм	Возможность сформировать собственный капитал
Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Несоответствие заявленных преимуществ технологии ЛСТК действительности	Высокая цена при устаревших технологиях
Как они узнали о вас?	Посоветовал архитектор/прораб	Билборды, реклама в интернете, ТВ, ютуб
Что они думают о цене?	Радует хорошее сочетание цены и качества	Радует хорошее сочетание цены и качества

Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Уникальность результат	Доступность
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Возведение дома "под ключ"	Выгодное предложение, строительство по современным технологиям
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Долгое отсутствие ответа представителей компании, низкое качество сервиса	Слишком высокая цена
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	ВК, Телеграм, Инстаграм	ВК, Телеграм, Инстаграм
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Ничего не знают	Пытаются разобраться в современных технологиях строительства, смотрели ютуб

Какие способы оплаты они считают самыми удобными?	Банковская карта, перевод по счету, наличный расчет	Банковская карта, наличный расчет
---	---	-----------------------------------

Вопрос	Сегмент 3 - постоянное проживание	Сегмент 4 - постоянное проживание для родителей
Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Мужчина, 25-35 лет, сын состоятельных родителей, высокий доход	Мужчина, 25-35 лет, сын состоятельных родителей, высокий доход
В какой стране/городе проживают?	Город - столица федерального округа	Город - столица федерального округа
Где они очень часто проводят время?	Клубы, бары, рестораны	Офис, спортзал, активный отдых на природе

Каковы главные жизненные ценности этих людей?	Общение, дружба, демонстрация статуса	Деньги, карьера, успешность, семья
Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Подтверждение статуса наследника богатой семьи	Построить дом для родителей
Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Необходимость быть лучшим среди сверстников	Самоутверждение, чувство долга перед родителями
Каковы причины этих проблем?	Требования, предъявляемые обществом	Необходимость испытывать чувство реализованного жизненного потенциала
Что мешает им решить свои проблемы?	Незрелость, нежелание разбираться в строительных процессах	Нежелание разбираться в строительных процессах
Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях	Покупали другие атрибуты роскошной жизни	Снимали дом на выходные дни

сработало хорошо, а что разочаровало?		
На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?	Выбирают место для регулярных встреч, тусовок с друзьями	Выбирают подрядчиков и технологии
Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?	Повышение авторитета, признание друзей	Переезд родителей в частный комфортный дом, который построен за его счет
Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Большой дом, где можно устраивать вечеринки, чувствовать себя взрослым	Построить лучший дом для родителей в рамках бюджета
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	Обретут больше уверенности в себе	Обретут больше уверенности в себе, будут испытывать чувство гордости
Что случится в их жизни, если они не будут решать свою	Появится чувство неудовлетворенности от невозможности	Появится чувство неудовлетворенности, будет совестно



проблему и оставят все как есть сейчас?	подтверждения своего статуса	
В чем они продолжают сомневаться?	В возможности родителей обеспечить покупку	В надежности и качестве постройки
Каковы главные желания сегмента?	Большой дом как место сбора и отдыха с друзьями	Качественный и красивый дом для своих родных
Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?	Быть менее успешным, чем сверстники	Не сможет реализовать задуманный проект качественно в необходимый бюджет
Что их больше всего радует?	Уникальность конструкции, использование современных технологий	Возможность делегировать стройку, выгоды (дополнения, которые можно реализовать в бюджете)
Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Длительное ожидание	Некомпетентность сотрудников, не полное понимание

		сметы/используемых материалов и сметы
Как они узнали о вас?	Увидел ролики на ютубе, хочет "клевый" уникальный дом	Посоветовал прораб/увидел ролики на ютубе
Что они думают о цене?	Считают приемлемой	Считают приемлемой
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Возможность реализации эксклюзивных идей	Качество строительства, не будут экономить на материалах
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Уникальность проекта	Демонстрация преимуществ технологий, правильно подобранный проект с полной сметой, где учтены детали (шумоизоляция, утепление и другое)
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Стандартный проект, необходимость вникать в процесс строительства	Некомпетентность сотрудников, долгая обратная связь

На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	ВК, Телеграм, Инстаграм	Билборды, реклама в интернете, ТВ, ютуб
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Ничего не знают об этом	Ничего не знают об этом, но хотят разобраться
Какие способы оплаты они считают самыми удобными?	Банковская карта, наличный расчет	Банковская карта, наличный расчет

Что можно предложить клиенту, если он отказался строить дом по технологии ЛСТК

- гараж
- зоны барбекю
- обрамление бассейна
- лестницы
- бани
- летняя кухня
- гостевой домик

- домик для ребенка

## Прорабы

Вопрос	Сегмент 1 - попросили построить по данной технологии	Сегмент 2 - сам предлагает технологию клиенту
Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Мужчина, 35-60 лет, прораб в строительной фирме, доход выше среднего	Мужчина, 35-60 лет, прораб, доход выше среднего
В какой стране/городе проживают?	Город - столица федерального округа/города-спутники	Город - столица федерального округа/города-спутники
Где они очень часто проводят время?	Строительные объекты, дом, загородный отдых	Строительные объекты, дом, загородный отдых

Каковы главные жизненные ценности этих людей?	Деньги, карьера, семья	Деньги, карьера, семья
Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Реализовать дом по требованиям клиента	Реализовать дом по требованиям клиента
Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Задание заказчика	Задание заказчика
Каковы причины этих проблем?	Профессиональное развитие	
Что мешает им решить свои проблемы?	Отсутствие опыта в реализации проекта по данной технологии, из-за этого может отговаривать клиента от постройки по данному пути	Компетентен в данном вопросе, реализовывает проект

Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?	Технологию не осваивали	Хорошо знаком с технологией
На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?	Ищет поддержки у продавца	Реализовывает проект)
Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?	Профессиональные навыки для реализации подобных проектов в дальнейшем, заработать деньги	Заработать деньги
Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Зарабатывать большее, строя по данной технологии	Развиваться в данной сфере
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	Освоят новые навыки	Уже имеет навык, реализует проект

<p>Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?</p>	<p>Будут зарабатывать меньше, делая тоже самое, откажется от ряда проектов</p>	<p>Не заработают деньги</p>
<p>В чем они продолжают сомневаться?</p>	<p>В сумме заработка, в качестве материалов</p>	<p>Нет сомнений</p>
<p>Каковы главные желания сегмента?</p>	<p>Выполнять разные проекты и приумножать доход</p>	<p>Рост в данной сфере</p>
<p>Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?</p>	<p>Сколько я на этом заработаю? Я ничего не знаю, кто поможет разобраться? Различные слухи и мифы о технологии (не регламентирован, металл промерзает)</p>	<p>Возможен страх в своих компетенциях перед очень крупным и сложным проектом</p>

Что их больше всего радует?	Возможность зарабатывать больше, попадет в список проверенных подрядчиков, стать представителем завода	Возможность заработать больше, используя данную технологию, агентский договор, дополнительные секреты строки
Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Отсутствие поддержки и консультаций со стороны партнеров	Архитектор просчитал и учел все моменты
Как они узнали о вас?	Показали клиенты	Пришел сам
Что они думают о цене?	Вначале считают, что цена высокая, нужно разложить экономику	Считают сумму приемлемой
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Простота работы по технологии ЛСТК	Простота работы по технологии ЛСТК



Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Прогноз заработка, понятные инструкции, обучение	Просчет проекта, заработка
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Закрытость, нет базы обучения, нет четкого понимания заработка	Закрытость, качество продукта
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	Профильные форумы, телеграм, инстаграм	Профильные форумы, телеграм, инстаграм
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Слышали, детально не разбираются	Очень хорошо осведомлены обо всех тонкостях и нюансах технологии
Какие способы оплаты они считают самыми удобными?	Банковская карта, безналичный расчет	Банковская карта, безналичный расчет

**Важно:** вложить минимальные средства, как можно быстрее запустить проект и окупить затраты. Дополнительным преимуществом будет красивая архитектура, которая станет конкурентным преимуществом.

Вопрос	Сегмент 1 - бизнес, мелкие объекты (офис продаж, мойка, автосервис)	Сегмент 2 - бизнес, (магазины, торговые павильоны, рестораны)
Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Мужчина, 20 - 35 лет, начинающий предприниматель/стартапер, средний доход	Мужчина, 35 - 50 лет, крупный предприниматель, владелец бизнеса, высокий доход
В какой стране/городе проживают?	Города-спутники столиц федеральных округов/столица округа	Город - столица федерального округа
Где они очень часто проводят время?	Университет, клубы предпринимателей	Дом, офис, торговый центр

Каковы главные жизненные ценности этих людей?	Образование, успешность, независимость	Карьера, свобода, независимость, деньги
Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Запуск собственного бизнеса, который требует собственных помещений	Расширение бизнеса/диверсификации бизнеса
Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Многообразие возможностей для самореализации в бизнесе	Рост дохода
Каковы причины этих проблем?	Стремление к независимости от внешних обстоятельств	Успешность компании
Что мешает им решить свои проблемы?	Большие вложения на строительство необходимых помещений	Высокая цена, отсутствие технической возможности строительства уникального сооружения по некоторым технологиям

Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?	Помещения в аренде	Строительство по другим технологиям
На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?	Выбор подрядчиков и технологий для реализации плана	Смотрят различные технологии и подрядчиков
Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?	Работающий бизнес, который окупит затраты	Точная и четкая реализация всех его идей в проекте с возможностью сэкономить
Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Здание/постройка, которая отвечает их требования для запуска бизнеса	Соответствие ожиданий от уникального проекта действительности
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	Станут чувствовать себя увереннее и стабильнее	Выйдут на новый уровень дохода
Что случится в их жизни, если они не будут решать свою	Загубят предпринимательский	Стагнация

проблему и оставят все как есть сейчас?	потенциал	
В чем они продолжают сомневаться?	В необходимости вкладывать деньги в собственную постройку	В технологии
Каковы главные желания сегмента?	Быстро запустить проект и получать прибыль	Быстро запустить проект и получать прибыль, выделиться среди конкурентов
Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?	Заявленные сроки, за который можно реализовать проект	Что строительство по данной технологии будет надежным
Что их больше всего радует?	Возможность за короткий срок возвести требуемый объект	Возможность снизить стоимость постройки до 40% и увеличить площадь использования, реализовать свой уникальный проект (необычная архитектура)

Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Сроки, выйти за смету	Сроки, несоответствие заявленных характеристик постройки реальности, надежность и качество выполненных работ
Как они узнали о вас?	Реклама в интернете, ТВ, наружная реклама	Реклама в интернете, ТВ, наружная реклама
Что они думают о цене?	Стремятся сэкономить	Считаю приемлемой, но стремятся сэкономить
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Сроки, стоимость объекта	Сроки, соотношение цены и качества
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?  Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Доступность и компактность сооружения	Сроки, гарантии и демонстрация уже выполненных объектов по данной технологии
	Высокая цена	Низкая квалификация сотрудников

На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	ВК, Телеграм, Инстаграм	ВК, Телеграм, Инстаграм
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Возможно слышали, но не вникали в суть	Возможно слышали, хотят разобраться в деталях
Какие способы оплаты они считают самыми удобными?	Расчетный счет	Расчетный счет

<b>Вопрос</b>	<b>Сегмент 3 - бизнес, строительство отелей/гостевых домов</b>	<b>Сегмент 4 - бизнес, строительство домов (застройщик)</b>
Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Мужчина, 35 - 50 лет, крупный предприниматель, владелец бизнеса, высокий доход	Мужчина, 35 - 50 лет, крупный предприниматель, владелец бизнеса, высокий доход

Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Строительство отеля/гостевого дома	Строительство коттеджного поселка
Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Необходимость вложить деньги в новый проект	Расширение бизнеса
Каковы причины этих проблем?	Рост дохода	Успешность компании
Что мешает им решить свои проблемы?	Большие вложения в строительство, сроки (долгая окупаемость)	Не устраивает конечная стоимость строительства из кирпича и качество по другим технологиям
Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?	Запрашивали сметы строительства по другим технологиям	Строительство по другим технологиям



На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?	Выбор подрядчиков и технологий для реализации плана	Смотрят различные технологии и подрядчиков
Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?	Работающий бизнес, который быстро окупит затраты	Возможность экономить на стройке не теряя качество
Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Здание, которое можно возвести в зоне, где нельзя строить капитальные здания,	Соответствие ожиданий от уникального проекта действительности
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	Станут чувствовать себя увереннее и стабильнее	Выйдут на новый уровень дохода
Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?	Откажутся от прибыльного бизнеса	Упустят выгоды

В чем они продолжают сомневаться?	В технологии	В технологии
Каковы главные желания сегмента?	Быстро запустить проект и получать прибыль	Построить дома с высокой маржинальностью
Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?	Ненадёжность конструкции, конечная смета	Строительство по данной технологии будет надежным
Что их больше всего радует?	Возможность за короткий срок возвести требуемый объект, возможность возвести объект в зоне, где нельзя строить капитальные здания, увеличение площади за счет технологии	Возможность снизить стоимость постройки до 40% и увеличить маржинальность

Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Несоответствие заявленных характеристик постройки реальности, выйти за смету, срыв сроков	Что в целом говорят о данной технологии, так как в дальнейшем ему предстоит реализация домов
Как они узнали о вас?	Сарафанное радио/реклама в интернете	Сарафанное радио/реклама в интернете
Что они думают о цене?	Стремятся сэкономить	Стремятся сэкономить, но терять в качестве
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Стоимость объекта, сроки	Соотношение цены и качества
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Выгоды, которые получают при работе, сроки, гарантии, демонстрация уже выполненных объектов по данной технологии	Экономия на стройке (наглядно показать, на сколько увеличится их прибыль, если использовать данную технологию). Сроки, гарантии и демонстрация уже выполненных объектов по данной технологии

Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Высокая цена, низкая квалификация сотрудников, непрозрачная смета	Высокая цена, низкая квалификация сотрудников, непрозрачная смета
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	ВК, Телеграм, Инстаграм, Профильные форумы	ВК, Телеграм, Инстаграм, Профильные форумы
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Возможно слышали, но не вникали в суть	Слышали, хотят разобраться в деталях
Какие способы оплаты они считают самыми удобными?	Безналичный расчет	Безналичный расчет

В зависимости от потребности могут делиться на эконом и комфорт.

**Партнерские отношения/продажа оборудования**

Вопрос	Сегмент 1	Сегмент 2
Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Мужчина, 30 - 35 лет, предприниматель, высокий доход	Мужчина, 35-50 лет, фермер, доход выше среднего
В какой стране/городе проживают?	Город - столица федерального округа	Города-спутники столиц федеральных округов
Где они очень часто проводят время?	Митапы, клубы предпринимателей, тренинги	Сад, огород, природа
Каковы главные жизненные ценности этих людей?	Образование, успешность, независимость	Стабильность, гармония, деньги
Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Выбор направления построения своего первого крупного бизнеса	Расширение бизнеса за счет оказания смежных услуг

<p>Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?</p>	<p>Многообразие возможностей для самореализации в бизнесе</p>	<p>Необходимость постоянного расширения хозяйственных мощностей</p>
<p>Каковы причины этих проблем?</p>	<p>Стремление к независимости от внешних обстоятельств</p>	<p>Рост и развитие бизнеса</p>
<p>Что мешает им решить свои проблемы?</p> <p>Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?</p>	<p>Отсутствие опыта</p>	<p>Длительность сроков строительства капитальных сооружений</p>
<p>На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?</p>	<p>Определяются с направлением для бизнеса</p>	<p>Задумались над тем, чтобы самостоятельно возводить хоз. постройки и оказывать подобные услуги</p>

		коллегам-фермерам
Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?	Независимость	Развитие логистической инфраструктуры
Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Успешный и прибыльный бизнес, приносящий стабильный доход	Оперативность и мобильность возведения хоз. сооружений при необходимости
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	Станут чувствовать себя увереннее и стабильнее	Исчезнут проблемы с местами хранения продукции
Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?	Загубят предпринимательский потенциал	Будут постоянно зависеть от аренды складских помещений
В чем они продолжают сомневаться?	В необходимости больших вложений	В возможности быстрого демонтажа в случае необходимости

Каковы главные желания сегмента?	Получать стабильный доход	Расширение логистических возможностей
Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?	Страх прогореть	Ненадёжность конструкций
Что их больше всего радует?	Гарантия дохода	Сохранность продукции
Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Ненадёжность партнёрства	Непонимание основных принципов используемых технологий
Как они узнали о вас?	Интернет, сарафанное радио	Сарафанное радио, ТВ, интернет
Что они думают о цене?	Опасаются необходимости больших вложений	Считают приемлемой



Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Возможность иметь стабильный доход	Удобство хранения продукции
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Уменьшение размера первоначальных финансовых вложений	Личное общение, убеждение в эффективности технологии ЛСТК
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Закрытость партнеров	Сложность производственных процессов
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	ВК, Телеграм, Инстаграм	Профильные форумы, телеграм, инстаграм
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Быстро учатся, готовы погружаться во что-то новое	Готовы обучиться в случае необходимости
Какие способы оплаты они считают самыми удобными?	Безналичный расчет	Безналичный расчет

Вопрос	Сегмент 3	Сегмент 4
<p>Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.</p>	<p>Женщина, 50-70 лет, вдова успешного бизнесмена, продолжающая дело мужа, высокий доход</p>	<p>Мужчина, 35-50 лет, собственник строительного бизнеса, высокий доход</p>
<p>В какой стране/городе проживают?</p>	<p>Город - столица федерального округа</p>	<p>Город - столица федерального округа</p>
<p>Где они очень часто проводят время?</p>	<p>Офис, цех, дом</p>	<p>Офис, цех, дом</p>
<p>Каковы главные жизненные ценности этих людей?</p>	<p>Стабильность, деньги, комфорт</p>	<p>Карьера, свобода, независимость, деньги</p>

Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Вложение денежных средств мужа	Выбор направления диверсификации бизнеса
Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Смерть супруга	Рост и расширение производства
Каковы причины этих проблем?	Наличие большого объёма свободных денежных средств	Успешность компании
Что мешает им решить свои проблемы?	Некомпетентность в бизнесе	Неуверенность в том, какое направление выбрать для диверсификации
Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?	Переключивали ответственность на мужа	Строили только капитальные сооружения, но теперь рынок потребовал от компании стать более гибкой

На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?	Ищут куда вложить денежные средства	Определяются с направлением развития бизнеса
Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?  Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Преумножение существующих финансов	Увеличение доли рынка компании
	Вложила деньги, получила пассивный доход	Охват новых рыночных ниш, оказание комплекса услуг для большинства групп ЦА
Как изменится их жизнь после решения проблемы?  Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?	Смогут обеспечить собственную старость	Компания выйдет на новый уровень за счет многопрофильности
	Обанкротятся, лишатся того, к чему привыкли за годы жизни с мужем	Стагнация

В чем они продолжают сомневаться?	В целесообразности вложений в сферу, в которой не разбираются	В востребованности технологии ЛСТК на рынке
Каковы главные желания сегмента?	Рационально распределить оставшиеся деньги мужа	Зарабатывать на строительстве жилья по новым технологиям
Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?	Страх прогореть	Отсутствие интереса к новой технологии у ЦА
Что их больше всего радует?	Перспектива вложить деньги и получать пассивный доход	Возможность создания профессионального сообщества с единомышленниками
Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Отсутствие поддержки и консультаций со стороны партнеров	Неуверенность в интересах целевой аудитории
Как они узнали о вас?	Сарафанное радио, интернет	Интернет, сарафанное радио, профессиональное

		сообщество
Что они думают о цене?	Считают приемлемой	Считают приемлемой
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Простота работы по технологии ЛСТК	Гарантия востребованности технологии ЛСТК на рынке
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Иллюстрация примеров эффективного сотрудничества	Иллюстрация потребительского интереса, опыта реализации проектов по технологии ЛСТК
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Необходимость детально разбираться в деталях применения технологии	Сложность внедрения технологии в существующее производство
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	Профильные форумы, телеграм	Профильные форумы, телеграм, инстаграм

Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Ничего не знают	Очень хорошо осведомлены о тонкостях и нюансах технологии
Какие способы оплаты они считают самыми удобными?	Банковская карта, безналичный расчет	Банковская карта, безналичный расчет

### Госзаказ

Вопрос	Сегмент 1	Сегмент 2
Учреждение	Министерство здравоохранения Российской Федерации	Министерство просвещения Российской Федерации
В какой стране/городе находятся?	Город - столица федерального округа	Город - столица федерального округа

Каковы главные ценности?	Оперативность, соответствие ГОСТам и требованиям, экономия бюджетных средств	Оперативность, соответствие ГОСТам и требованиям, экономия бюджетных средств
Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Строительство быстровозводимых ковидных госпиталей, больниц, фельдшерско-акушерских пунктов	Строительство школ и детских садов,
Что способствовало возникновению озвученных проблем?	Пандемия COVID-19	Урбанизация, рост населения городов
Что мешает им решить свои проблемы?	Необходимость долгого ожидания завершения строительства объекта, недобросовестность подрядчиков	Высокие требования к сооружениям ввиду их социальной направленности



<p>Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?</p>	<p>Заклучали контракты с теми, кто строит капитальные сооружения. В результате здания получались прочные, долговечные, но приходилось долго ждать их сдачи в эксплуатацию.</p>	<p>Заклучали контракты с теми, кто строит капитальные сооружения. В результате здания получались прочные, долговечные, но приходилось долго ждать их сдачи в эксплуатацию.</p>
<p>На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?</p>	<p>Выбирают подрядчиков</p>	<p>Выбирают подрядчиков</p>
<p>Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?</p>	<p>Надёжные, мобильные сооружения, соответствующие современным требованиям</p>	<p>Качественные и безопасные сооружения, соответствующие ГОСТам и требованиям</p>
<p>В чем они продолжают сомневаться?</p>	<p>В добросовестности подрядчиков</p>	<p>В возможности оперативного строительства с гарантией результата</p>

Каковы главные желания сегмента?	Исполнить требования, сэкономив бюджетные средства	Обеспечить детей местом для комфортного обучения и социализации
Что их больше всего радует?	Опыт работы, низкая цена контракта	Опыт работы, низкая цена контракта
Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Недобросовестность подрядчика	Недобросовестность подрядчика
Как они узнали о вас?	Сарафанное радио, интернет, реестр контрактов	Сарафанное радио, интернет, реестр контрактов
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Соответствие сооружений необходимым требованиям	Удовлетворенность общества
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Затягивание сроков	Отсутствие опыта выполнения подобных контрактов

На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	Профильные форумы, <a href="http://www.zakupki.gov.ru">www.zakupki.gov.ru</a>	Профильные форумы, <a href="http://www.zakupki.gov.ru">www.zakupki.gov.ru</a>
Какие способы оплаты они считают самыми удобными?	Безналичный расчет, оплата по контракту	Безналичный расчет, оплата по контракту

Вопрос	Сегмент 3	Сегмент 4
Учреждение	Министерство обороны Российской Федерации	Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации
В какой стране/городе находятся?	Город - столица военного округа	Город - столица военного округа

<p>Каковы главные ценности?</p>	<p>Оперативность, мобильность</p>	<p>Оперативность, соответствие ГОСТам и требованиям, экономия бюджетных средств</p>
<p>Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?</p>	<p>Возведение полевых лагерей, мобильных казарм</p>	<p>Возведение домов для людей, которые пострадали при природных катаклизмах/переселение людей из аварийного/ветхого жилья</p>
<p>Что способствовало возникновению озвученных проблем?</p>	<p>Проведение военных учений и сборов</p>	<p>Природные катаклизмы, государственная программа по переселению людей из ветхого/аварийного жилья</p>
<p>Что мешает им решить свои проблемы?</p>	<p>Необходимость долгого ожидания завершения строительства объекта, недобросовестность подрядчиков</p>	<p>Высокие требования к сооружениям ввиду их социальной направленности</p>

<p>Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?</p>	<p>Использовали палатки и другие мобильные решения с низкой прочностью и износостойкостью</p>	<p>Заклучали контракты с теми, кто строит капитальные сооружения. В результате здания получались прочные, долговечные, но приходилось долго ждать их сдачи в эксплуатацию и выходили стоимостью выше</p>
<p>На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?</p>	<p>Выбирают подрядчиков</p>	<p>Выбирают подрядчиков</p>
<p>Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?</p>	<p>Быстровозводимые мобильные сооружения</p>	<p>Качественные и безопасные сооружения, соответствующие ГОСТам и требованиям</p>
<p>В чем они продолжают сомневаться?</p>	<p>В целесообразности отказа от привычных палаток</p>	<p>В возможности оперативного строительства с гарантией результата</p>

Каковы главные желания сегмента?	Исполнить требования, сэкономив бюджетные средств	Обеспечить людей местом для проживания
Что их больше всего радует?	Современные технологии, обеспечивающие простоту и оперативность	Опыт работы, низкая цена контракта
Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Недобросовестность подрядчика	Недобросовестность подрядчика
Как они узнали о вас?	Сарафанное радио, интернет, реестр контрактов	Сарафанное радио, интернет, реестр контрактов
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Мобильность, простота, скорость возведения	Удовлетворенность общества
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Затягивание сроков	Отсутствие опыта выполнения подобных контрактов

На каких сайтах/соцсетях самая большая активность?	Профильные форумы, <a href="http://www.zakupki.gov.ru">www.zakupki.gov.ru</a>	Профильные форумы, <a href="http://www.zakupki.gov.ru">www.zakupki.gov.ru</a>
Какие способы оплаты они считают самыми удобными?	Безналичный расчет, оплата по контракту	Безналичный расчет, оплата по контракту

## АВАТАРЫ СЕГМЕНТОВ

### Потребители (физические лица)

#### АВАТАР СЕГМЕНТА - эконом

Юрий, 52 года.  
 Образование высшее.  
 Род деятельности - полковник в отставке, начальник службы безопасности в магазине канцелярских товаров.  
 Регион проживания - г. Санкт-Петербург.  
 По образованию военный, в 2015 году вышел на пенсию, свободное время проводит на

рыбалке, любит отдых на природе.

Практически не пользуется социальными сетями, редко ищет информацию в интернете, привык обращаться только к проверенным компаниям через друзей/сослуживцев/знакомых.

Юрий накопил сбережения за время военной службы. Он убежден, что важная часть самореализации для мужчины – строительство собственного частного дома, но он не разбирается в строительстве.

Его необходимо убедить в надёжности компании и в простоте строительства, показать видео с историями таких же клиентов, которые имели успешный опыт.

Психотип – киллер-карьерист.

#### **АВАТАР СЕГМЕНТА – эконом**

Василий, 60 лет.

Образование среднее специальное.

Род деятельности – пенсионер.

Регион проживания – Новосибирская область, г. Новосибирск.



Василий всю жизнь проработал на вредном производстве. Несколько лет назад ушел на пенсию по состоянию здоровья. Женат, имеет двоих детей и троих внуков. Главное стремление - создать "семейное гнездо", оставить наследие.

Приоритет для Василия - семейные ценности. Он хочет объединить семью, используя частный дом как место общего сбора и единения. Кроме того, он стремится получать больше внимания к себе и жене от повзрослевших детей и внуков.

Василий не пользуется социальными сетями, но может обратить внимание на рекламу по ТВ. Доверяет советам друзей и знакомых.

Василий смог накопить немного денег за время работы и боится, что этого не хватит, поэтому необходимо убедить его в том, что строительство по технологии ЛСТК - это выгодно с финансовой точки зрения, но, что более важно - это легко и просто реализовать самостоятельно.

Психотип - социальщик-исследователь.

## АВАТАР СЕГМЕНТА - комфорт

Марина и Пётр, 30 и 32 года, двое детей (5 и 7 лет)

Оба с высшим образованием.

Род деятельности - Марина ведущий менеджер консалтингового агентства, Пётр бизнесмен, доход выше среднего.

Регион проживания - Ростовская область, г. Ростов-на-Дону.

Марина и Пётр поженились 10 лет назад. Марина недолго была в декрете с каждым из детей, параллельно работала. Пётр организовал свой бизнес по продаже автозапчастей. Родители пары оказывают неоценимую помощь в присмотре за детьми пока молодые люди строят карьеры.

Недавно супруги задумались над тем, чтобы потратить материнский капитал на строительство загородного дома, так как им хочется, чтобы дети росли в комфортном и экологичном районе. Вместе с тем, они понимают, что большие по площади земельные участки для строительства находятся далеко от "цивилизации", в то время как развитость инфраструктуры для них очень важна (детям ходить в школу, родителям добираться до работы).

Марина и Пётр приняли решение искать участок в черте города, но в экологичном частном секторе. Найти такой участок с большой площадью сложно, поэтому им пришлось рассматривать небольшие по площади варианты. Молодая семья хочет

максимально рационально использовать ограниченное пространство, поэтому необходимо разъяснить им соответствующие преимущества строительства по технологии ЛСТК.

### **АВАТАР СЕГМЕНТА - комфорт**

Евгения, 35 лет, мастер в салоне красоты.  
Образование среднее специальное, доход выше среднего.

Муж Евгении - директор филиала нефтеперерабатывающей компании. Он сосредоточен на карьере, поэтому не заморачивается с семейными делами и доверяет бытовые вопросы Евгении, при этом являясь главным спонсором исполнения её желаний.

Евгения захотела переехать в красивый загородный дом и сформировала представление об уникальной постройке, которую бы хотела. Однако она привыкла, что нужно убеждать мужа в необходимости выделения денежных средств для исполнения её желаний. Задача компании - помочь Евгении убедить мужа в доступности и современности сооружений, при этом убедив саму Евгению в возможности построить именно такой дом, какой она хочет.

Учитывая, что Евгения активно общается со своими клиентками и является активным

пользователем интернета, она узнает о компании через сарафанное радио или социальные сети. При этом основной упор в продвижении следует делать именно на возможность постройки уникального здания по доступной цене в соответствии с авторским проектом.

### **АВАТАР СЕГМЕНТА - комфорт**

Анна, 55 лет.

Образование высшее.

Род деятельности - главный бухгалтер на промышленном предприятии.

Регион проживания - Свердловская область, г. Екатеринбург.

По образованию финансист, работает главным бухгалтером уже 15 лет. Замужем, есть поздний ребенок, обеспечение будущего которого - главная цель Анны в жизни.

Несмотря на возраст, довольно активно пользуется социальными сетями, так как желает быть "на одной волне" с молодёжью. Кроме того, предпочитает заниматься саморазвитием в интернете, регулярно читает профессиональную литературу, слушает аудиокниги, подкасты.

Анна умеет правильно распоряжаться деньгами, поэтому может позволить себе

строительство частного дома для себя и съехать от повзрослевшего ребенка, но сомневается в том, что нужно сделать выбор именно в пользу частного дома, а не квартиры.

Анну необходимо убедить в преимуществах частного дома, а также позаботиться о том, чтобы муж и взрослый ребенок также склонялись в сторону покупки дома. Прозрачная итоговая смета - существенный фактор в данном случае.

Психотип - карьерист-социальщик.

### **АВАТАР СЕГМЕНТА - премиум**

Сергей.

Возраст 37 лет.

Образование высшее.

Род деятельности - топ-менеджер крупного банка.

Регион проживания - Ставропольский край, г. Ставрополь.

По образованию менеджер, в 2018 году назначен на должность коммерческого директора, большую часть времени проводит на работе, ведет переговоры, закрывает сделки.

В свободное время стремится отдохнуть от городской суеты, выезжает на природу, отдает предпочтение активному отдыху.

Активно пользуется социальными сетями, постоянно ищет информацию в интернете.

Сергей всегда получает хорошие бонусы от банка в конце года и думает куда бы их вложить. Решение строительства частного дома в качестве “уголка спокойствия” для себя и своей спутницы кажется ему оптимальным, но он не знает с чего начать и боится затеваться со строительством, так как уверен, что это сложно и дорого.

Стройкой заведует прораб, его необходимо убедить в том, что строительство по технологии ЛСТК – это просто и качественно, а также выгодно для него. Хорошим решением будет предоставление всех инструкций и демонстрация выгоды, предложить агентский договор.

Психотип – карьерист-исследователь.

### **АВАТАР СЕГМЕНТА – премиум**

Михаил, 31 год.

Образование высшее.

Род деятельности - IT-специалист, доход выше среднего.

Регион проживания - г. Санкт-Петербург.

Михаил на протяжении 5 лет работает программистом. За это время он преуспел в профессии, зарекомендовав себя компетентным специалистом, в связи с чем начал зарабатывать хорошие деньги.

Михаил обожает инновационный подход и современные технологии, поэтому он бы с радостью инвестировал в криптовалюту, но родители советуют ему инвестировать в недвижимость. При этом, он сознательно отказывается от покупки квартиры, поскольку рассматривает частный дом не только как инвестицию, но и как дачу для родителей.

Михаил является фанатом социальных сетей, активно пользуется интернетом. Считает строительство дома сложным, дорогостоящим и скучным процессом, поэтому наверняка изучит всю доступную информацию о современных технологиях в строительстве.

Цена, ликвидность и современные технологии - главные факторы в принятии решения о покупке.

Психотип - карьерист-исследователь.

## АВАТАР СЕГМЕНТА - премиум

Андрей, 28 лет.

Образование высшее.

Род деятельности - менеджер в семейной фирме родителей.

Регион проживания - г. Москва.

По образованию менеджер, устроился в фирму по настоянию родителей 2 года назад. Приоритет в жизни - беззаботное проведение времени с друзьями.

Очень активно пользуется социальными сетями для общения с друзьями, просмотра преимущественно развлекательного контента.

Родители Андрея являются конечными покупателями, а он - пользователем дома. Они пытаются остепенить сына и приучить к ответственности через покупку частного дома, где нужно постоянно за чем-то ухаживать, что-то делать. Однако Андрей видит в этом только большое помещение для регулярных тусовок с друзьями и подтверждения статуса состоятельного наследника.

Необходимо предложить большой дом и итоговую смету "под ключ", так как родители готовы заплатить и не заморачиваться.

Психотип - социальщик-киллер.



## Партнерские отношения/продажа оборудования

### АВАТАР СЕГМЕНТА 1

Анатолий, 42 года.

Образование среднее специальное.

Род деятельности - фермер.

Регион проживания - Ростовская область, г. Ростов-на-Дону.

Анатолий - преуспевающий фермер, поставляющий свою продукцию в большинство регионов страны. Достигнув успеха в фермерстве, он задумался над расширением бизнеса. Он хочет заниматься смежными с фермерством вещами для того, чтобы иметь возможность оказания услуг своим коллегам и не только.

Вечная проблема для Анатолия - хранение продукции. Из-за постоянного расширения производства имеющихся складов не хватает, поэтому приходится брать в аренду складские помещения, что неудобно, поскольку они не всегда доступны, а в сезон арендодатели устанавливают слишком высокую плату.

Анатолий слышал о технологии ЛСТК, ему понравилась возможность быстрого возведения и высокая мобильность построек, а также тот факт, что можно строить

практически где угодно.

Анатолий планирует вложить средства в строительство по данной технологии, чтобы сдавать складские помещения коллегам или строить для них, но ему требуется постоянная консультационная поддержка компании на первых этапах.

Психотип - социальщик-карьерист.

## АВАТАР СЕГМЕНТА 2

Дмитрий, 38 лет.

Образование высшее.

Род деятельности - собственник строительного бизнеса.

Регион проживания - Нижегородская область, г. Нижний Новгород.

Дмитрий владеет успешной строительной компанией, думает над диверсификацией бизнеса. В настоящий момент его компания специализируется на возведении капитальных построек. Необходимо убедить его в том, что такие решения подходят не всем.

Дмитрий активно использует социальные сети, мессенджеры для бизнеса, является

активным членом регионального профессионального сообщества.

Основная задача - убеждение Дмитрия в том, что использование технологии ЛСТК даст ему возможность охватить максимальное количество рыночных ниш, оказывать широкий спектр строительных услуг.

Ключевую роль в принятии решения для него будут играть надёжность партнеров, а также иллюстрация успешного опыта использования технологии ЛСТК для строительства как частных сооружений, так и зданий социальной направленности.

Психотип - киллер-карьерист.

### АВАТАР СЕГМЕНТА 3

Людмила, 57 лет.

Образование среднее специальное.

Род деятельности - домохозяйка.

Регион проживания - г. Москва.

Людмила привыкла жить за счет мужа, но недавно овдовела. Теперь перед ней стоит задача инвестировать наследство таким образом, чтобы обеспечить себе постоянный

пассивный доход в старости.

Людмила имеет много знакомых, подруг, являющихся, как и она, женами успешных бизнесменов. Привыкла советоваться с ними по любому поводу. Активно пользуется интернетом, доверяет информации из ТВ.

Проблема Людмилы в том, что она ни в чём не разбирается и не хочет вникать, поэтому ей необходима компания - партнер с устоявшейся репутацией на рынке. Основной коммуникационный посыл - "мы сделаем всё за вас, вы только вложите деньги и будете получать доход".

Психотип - социальщик-исследователь.

## Госзаказ

### АВАТАР СЕГМЕНТА 1

Кирилл, 52 года.

Образование высшее.

Род деятельности - главный врач областной больницы.

Регион проживания - Нижегородская область, г. Нижний Новгород.

Кириллу поставили задачу построить ковидный госпиталь для расширения количества коек в его больнице, поэтому он ищет надёжных подрядчиков и возможность сэкономить бюджетные средства. Немаловажным фактором выступает ограниченность во времени.

Кирилл использует социальные сети, но в рабочих вопросах склонен обращаться к профессиональному сообществу за советом и сбором информации о потенциальных подрядчиках.

Необходимо убедить Кирилла в том, что строительство по технологии ЛСТК - это относительно дёшево и быстро, но главное - предоставить всю необходимую информацию об опыте исполнения подобных контрактов, чтобы зарекомендовать себя надёжным подрядчиком, который не сорвет сроки.

## АВАТАР СЕГМЕНТА 2

Ирина, 47 лет.

Образование высшее.

Род деятельности - контрактный управляющий Министерства просвещения Приморского края.

Регион - Приморский край, г. Владивосток.

Согласно плану регионального развития Ирине необходимо заключить контракты на строительство нескольких школ и детских садов в течение года.

Главная мотивация Ирины - надёжность подрядчика, так как она закупает строительство социальных сооружений с повышенными требованиями к безопасности, необходимостью соблюдения всех ГОСТов и т.д.

Ирина не хочет вникать в процесс строительства и контролировать каждый шаг подрядчика, поэтому ищет надёжную компанию, способную самостоятельно разбираться в требуемых ГОСТах и гарантирующую завершение строительства точно в срок.

Ирина не будет сотрудничать с компаниями, не имеющими опыт строительства объектов социальной инфраструктуры, поэтому информация об опыте реализации подобных проектов обязательна.

### АВАТАР СЕГМЕНТА 3

Владимир, 38 лет.  
Образование высшее.

Род деятельности - начальник административно-хозяйственного отдела Центра хозяйственного и сервисного обеспечения Министерства обороны по Южному военному округу.

Регион - Ростовская область, г. Ростов-на-Дону.

Владимиру необходимо обеспечить проведение учений и полевых сборов солдат, поэтому ему необходимы быстровозводимые постройки, отличающиеся большой мобильностью, которые могут быть в случае необходимости легко демонтированы самими солдатами.

Владимиру главное выполнить задачу точно в срок с максимальной экономией бюджетных средств, поэтому необходимо разъяснить ему особенности технологии ЛСТК и убедить, что наше решение подходит ему по причинам мобильности, быстровозводимости и простоты монтажа/демонтажа.

## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТИПЫ КЛИЕНТОВ В НЕДВИЖИМОСТИ

### Прагматик



**Основной мотив - гордость.**

Предложение должно быть особенным. Клиенту важно потешить тщеславие, осознать, что после покупки он перейдет на уровень выше в системе ценностей окружающих. Понять, что покупка демонстрирует его возможности и характеризует его как члена высшего общества.

**Как себя ведет:**

Высокомерно, может оборвать связь, если продавец покажет непрофессионализм.

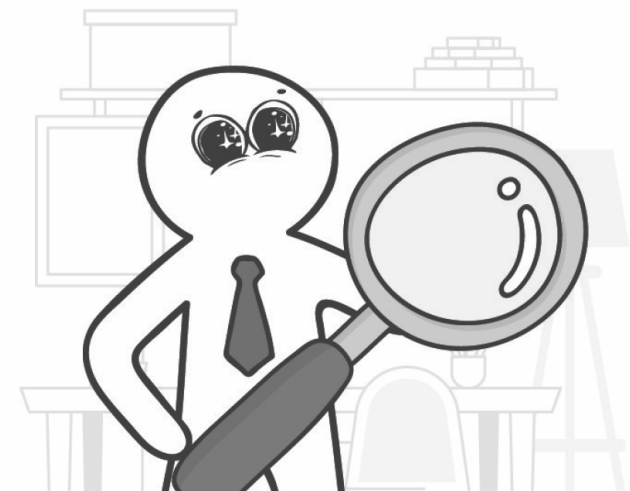
**Фразы, по которым его можно узнать:**

Цена, вы должны в этом разбираться лучше меня, профессионализм.

**Визуал**

**Основной мотив - новизна.**

Такой клиент будет оценивать дом в первую очередь по визуальным составляющим. Ему интересна необычная планировка, важен вид из окна. Воображайте будущий проект вместе с ним, но не навязывайте свое видение.





**Как себя ведет:**

Сутулится, говорит быстро, аккуратен.

**Фразы, по которым его можно узнать:**

Красочный, эстетичный, красивый, фокус, перспектива, цвет, оттенок, сочетание.

**Аудиал**

**Основной мотив – комфорт.**

Такому клиенту нужно в первую очередь рассказать о спокойных соседях. Затем выяснить, что ему нравится больше – тишина и звуки природы или пульсирующий шум города. Не жалейте слов – аудиалы любят слушать, а уже затем представлять картинки.



**Как себя ведет:**

Говорит медленно, методично, склоняет голову на бок.

**Фразы, по которым его можно узнать:**

Ритм, тон, звучит, гармоничный, ритмичный, слышит, слушаем.

**Кинестетик**

**Основной мотив – привязанность.**

Для такого клиента покупка – это стресс. Выбор он основывает на собственных убеждениях, стереотипах, привычках. Его важно убедить, что покупка не меняет его стиль жизни, а только улучшит. Кинестетик не любит перемены, нужно создать все условия, для мягкого



перехода к решению сменить жилье (будет привязан к текущему месту жительства и условиям).

**Как себя ведет:**

Двигается мягко, чаще всего полноват, наклоняется вперед, когда говорит.

**Фразы, по которым его можно узнать:**

Теплый, прочный, прикасаться, трогать, чувствую, удобно.

**Дискрет**

**Основной мотив - алчность.**

Редкий тип клиента в недвижимости. Еще до приезда на объект/обращения составил чек-лист из нужных параметров. Внешне эмоции дискрета не понять – они просто молчат и смотрят, делая выводы. Общаясь с такими людьми, не пытайтесь рассказывать о преимуществах – плюсы и минусы заметят без вас. Лучше сразу покажите документы, расскажите о сути самой технологии и её уникальности.



**Как себя ведет:**

Прямая осанка, движения резкие. Его часто видят со скрещенными руками на груди.

**Фразы, по которым его можно узнать:**

Понимаю, логично, это того стоит, функционально.

**Критик**

**Основной мотив - тревожность.**

Этот проблемный клиент не уверен в своих решениях. Часто такие покупатели отменяют сделки в последний момент. Еще чаще – вовсе не доходят до покупки, потому что боятся, что их обманут. Постарайтесь успокоить «критика» рассказами о том, что уже было в вашей практике. Убеждайте его, что вы не собираетесь выходить на сделку, пока юридическая служба агентства досконально не проверит документы.



### Как себя ведет:

Постоянно обсуждает методы работы, видит во всем проблемы и обман.

### Фразы, по которым его можно узнать:

Какие проблемы могут возникнуть? Это точно? Вы уверены? Мне вот сказали что....

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ТРИГГЕРЫ

1. В связи с разнородностью аудитории и её высокой активностью в интернете рекомендуется сделать удобное приложение, в котором представить типовые проекты и предложить пользователям самим “собрать” свой дом, определив размеры и материалы.
2. Для многих представителей целевой аудитории важен опыт работы компании, поэтому на сайте должны быть обязательно размещены примеры реализованных проектов (не каталог, а именно портфолио) и отзывы довольных клиентов.
3. Реализацию партнерской программы (продажа оборудования) лучше вынести на отдельный сайт, так как избыток подобной информации на основном сайте может запутать потребителей.

4. Необходимо продумать решения по типу “собери сам”, разместить инструкции по сборке готовых решений на сайте, так как многие потребители хотят сделать дом своими руками для экономии денежных средств.
5. Создание телеграм канала станет хорошим решением, поскольку данный мессенджер во многом стал заменой запрещенным социальным сетям, им пользуется не только молодёжь, но и люди среднего возраста. В телеграме можно рассказывать о буднях компании, показывать работу, успешные проекты. Это дополнит трафик ютуба и минимизирует потери в случае его блокировки.
6. В рекламных сообщениях необходимо акцентировать внимание на то, что строительство по технологии ЛСТК – это быстро, просто и при этом надёжно, а не на качество, поскольку остальные участники рынка часто делают упор именно на качество услуг, а потребитель скорее поверит в качество капитальных конструкций.
7. Следует наладить партнерские отношения с председателями СНТ, ДНТ для того, чтобы иметь возможность размещать свою рекламу на территории товариществ, так как именно там наблюдается высокое сосредоточение целевой аудитории.
8. Необходимо создать профессиональное сообщество, “клуб любителей ЛСТК”, для того, чтобы аккумулировать заинтересованных людей со всей страны, развивать и продвигать технологию совместными усилиями, а также иметь возможность привлекать новых партнеров с помощью сарафанного радио.