

Бренд-платформа для агентства недвижимости “Свой Дом”

Суть бренда

Экспертная помощь в осуществлении сделки как для покупателя, так и для продавца недвижимости. Предоставление готового решения вашей проблемы.

Ключевой посыл - осуществим вашу мечту в обретении СВОЕГО собственного ДОМА.

Миссия бренда

Заключение безрисковой и выгодной сделки между покупателем и продавцом объекта недвижимости в короткие сроки благодаря слаженной работе и экспертности команды проекта.

Ценности бренда:

1. Профессионализм и компетентность - у нас в команде 8 экспертов по недвижимости с разделением на свою сферу (квартиры, земельные участки, коммерция, новостройки, бюджет до 600 000 тысяч, бюджет до 1 млн., пригород, город);
2. Надежность - мы на рынке с 2012 года, каждая сделка сопровождается квалифицированным юристом; За плечами более 1500 успешных сделок и клиентов.
3. Прозрачность - честность и прозрачность услуг агентства. Этичность общения и взаимодействия с каждым клиентом;
4. Простота - за счет созданного сайта базы объектов недвижимости клиент может самостоятельно подобрать себе жилье по своим предпочтениям;
5. Результативность - личная заинтересованность в максимальной прибыли для клиента; проводим более 10 сделок в неделю;

6. Уважительное отношение исполнителя к клиенту, так как он заинтересован в каждой продаже;
7. Доверие - вами занимается один и тот же закрепленный сотрудник;
8. Проактивность - мы ценим время всех своих клиентов, все процессы максимально оперативны.

Ключевые слова

Недвижимость, агентство недвижимости, купля-продажа, квартира надолго, квартира для семьи, улучшение жилищных условий, комфортное жилье, купить квартиру выгодно, довольный клиент, счастливая семья, удобная инфраструктура, помощь, долговечность, партнерство, застройщик, ипотечный брокер, безрисковая сделка, продажа земельного участка, продажа коммерческого помещения, переезд на юг, аренда жилья, покупка квартиры в ипотеку, довольный клиент, качество, надежность сделки, комфорт, готовое решение

Раскрытие содержания бренда

Какие направления охватывает ваш бизнес?	Купля-продажа квартир, новостроек, домовладений, элитной недвижимости в г. Таганроге и г. Ростове-на-Дону и области.
Какие выгоды вы принесете своим клиентам?	Экономия денег, извлечение максимальной прибыли от продажи, экономия времени.
Какую эмоцию вы продаете?	Удовлетворенность, информирование человека о этапах сделки, комфорт, забота, уверенность, быстроту решения вопроса с недвижимостью.
Что делает компания?	Помогает клиентам прозрачно и без рисков, без потери времени и с выгодой покупать и продавать недвижимость.

Для кого существует компания?	Для всех слоёв населения.
Ключевые потребности потребителя, которые мы стремимся решить?	Комфортное жилье, свободное личное пространство, финансовые трудности, возможность заработка, квалифицированное юридическое сопровождение, перепланировки узаконить, наследство, долевые, межевание, раздел домовладений, разводы.
Что определяет успех проекта?	Личная заинтересованность каждого риелтора продавать и покупать недвижимость максимально выгодно и быстро в интересах клиента. Большой опыт закрытых сделок в своей нише. Командная работа (от секретаря до юриста) Для членов команды престижно быть частью агентства.
Каким образом мы достигаем этого успеха?	Знание рынка недвижимости; Экспертность; Постоянное обучение; Достижение результата в кратчайшие сроки; Автоматизация рутинных процессов.
Функциональные ценности	
Ассортимент	У нас ежедневно пополняемая база с более 6500 жилищных предложений, в любом ценовом сегменте, в любом районе города Таганрога и Ростова-на-Дону
Качество	Экспертность риэлторов, безрисковая сделка и выгодная цена покупки.
Цена	Благодаря эксклюзивному договору, вы будете уверены, что квартира будет подобрана по максимально выгодной цене, поскольку сотрудник в этом лично заинтересован. (Экспертный торг)

	При продаже вашей квартиры вам помогут указать на детали ремонта, которые можно исправить и сделать удорожание стоимости.
Уникальность	Постоянное повышение квалификации сотрудников в своей нише, что способствует максимально выгодной и быстрой для клиента покупке. Уникальный сервис по предоставлению бесплатной экспертизы жилья по 8 параметрам. Собственная уникальная база более 6500 объектов.
Эмоциональные ценности	
Срочность	Так как компания и сотрудник лично заинтересован в зарплате, сделка совершается максимально быстро.
Спокойствие	На рынке с 2012 года, юридическая чистота.
BAU-эффект	Человек должен быть приятно удивлён заинтересованностью и искренностью риэлтора в желании решить его вопрос в кратчайшие сроки персональным для него способом. Для клиентов у кого, казалось бы, самая нестандартная задача - восторг, при предложении вариантов решений.
Сарафан	Клиенты должны говорить о нас своим друзьям, коллегам и близким.
Уверенность	Клиенты не должны думать, что в другой компании им подберут квартиру лучше, дешевле и быстрее. Мы – лучшее решение их ожиданий, и лично заинтересованы в максимально выгодной покупке для них. Наше агентство берется за решение самых сложных задач. Сделка считается завершённой, когда от вас пришли люди по рекомендации.

Уникальное торговое предложение

Экспертный подбор жилья по уникальной собственной базе недвижимости. Юридическое сопровождение на каждом этапе сделки.

Профессиональная оценка недвижимости и экспертиза документации по 8 параметрам:

- Росреестр
- БТИ
- Приставы
- Аварийность
- Культурное наследие
- Банкротство
- Суд
- Росфинмониторинг.

Содействие в получении ипотеки у банков-партнеров на специальных условиях по сниженной процентной ставке.

Срочная продажа недвижимости с разработкой собственного рекламного объявления, проведением съемок помещения, размещением готовой информации на всех имеющихся площадках по продаже недвижимости.

Приобретение квартиры в новостройке по цене дешевле, чем у застройщика.

Договор ответственного обслуживания (ДОО) представляет собой новую модель взаимодействия клиента с агентством. При работе по ДОО агенту выгодно торговаться с продавцом в интересах клиента. При старой модели подбора недвижимости для клиента, гонорар агента составлял от 5% стоимости квартиры. А по ДОО процентная ставка всего 3%, +20% от суммы торга, таким образом, клиент покупает недвижимость дешевле заявленной стоимости, а услуги агентства оплачиваются с разницы. Такая покупка максимально выгодна для любого сегмента, поскольку есть уверенность в качестве работы агента и его личной заинтересованности в максимально выгодной для клиента продаже.

Комплексный договор ответственного обслуживания (КДОО) это современная, западная модель работы по системе трейд-ин. Работая по КДОО, компания полностью отвечает за соблюдение сроков, и снижение стоимости покупки жилья для клиента. В то же время, максимально выгодно продаётся недвижимость клиента.

Таким образом, происходит гарантия закрытия основных болей клиента – время, и деньги. Для клиента такая схема работы выгоднее на 15-20%, обеспечивая ощутимую экономию при улучшении жилищных условий не менее 300 000 рублей.

Проработка целевой аудитории

1 Сегмент

Мужчины/женщины (24-30 лет). Срочный переезд в другой район города. Быстрая покупка жилья. Нехватка времени, знаний.

2 Сегмент

Пенсионеры (60-80 лет). Плохая инфраструктура. Размен квартиры. Неудобное расположение квартиры. Этажность. Шумный район. Дорогие услуги ЖКХ. Возможен вариант, когда дети приобретают жилье поближе к своему месту жительства, чтобы было удобнее ухаживать за пожилыми родителями.

3 Сегмент

Молодая семья (20-30 лет). Планируется ребенок. Неразвитая инфраструктура. Отсутствие детских площадок, парков, дет.садов.

4 Сегмент

Семья с ребенком (30-40 лет). Планируется второй ребенок. Расширение жилищных условий. Класс жилья. Доп. причины переезда: плохая экология, поблизости нет детских площадок, район неблагополучный.

5 Сегмент

Обеспеченная пара (35-45 лет). Карьеристы. Покупка респектабельного частного дома / квартиры. Недовольство престижностью жилья и района. Смена квартиры на дом.

6 Сегмент

Мужчина/женщина, (50-60 лет). Самодостаточный, уверенный в себе человек. Взрослые дети, живут отдельно. Получил наследство, хочет улучшить жилищные условия/помочь детям/внукам.

7 Сегмент

Мужчина/женщина, (25-40 лет). Средний уровень дохода.

Развод, раздел имущества. Быстрая продажа старой квартиры, поиск максимально удачного варианта разъехаться. Наследство.

8 Сегмент

Мужчина/женщина, (45-60 лет). Переезд на юг с Дальнего Востока, Северных регионов. Покупка дома желательно ближе к морю. Спокойный район. Пригород.

9 Сегмент

Мужчина/женщина, (25-50 лет). Перепродажа ипотечных обязательств квартиры в залоге. Продажа квартиры в новостройке, оформленной в ипотеку, в результате неплатежеспособности.

10 Сегмент

Женщина (25-40 лет). Как правило покупка гостинки с целью дальнейшей сдачи или же использование сертификата как первоначального взноса для улучшения жилищных условий.

11 Сегмент

Мужчина/женщина, (25-55 лет). Использование сертификата для первоначального взноса на покупку квартиры. (Сертификат молодым семьям, утопленники, военные, раселенцы)

Ответы на вопросы в таблице ниже для каждого из своих сегментов. При необходимости расширьте таблицу.

Вопрос	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3
Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Пол любой. Возраст от 24 лет до 35. Вид деятельности абсолютно любой. Доход также плавающий. От 25 000 р/мес	Пол любой. Возраст от 60 лет до 80. Пенсионеры, без работы либо частичная занятость. Доход от 10 000 р/мес. Либо дети пенсионеров, возраст от 30 до 50 лет любого	Пол любой. Возраст от 20 лет до 30 лет. Вид деятельности абсолютно любой. Доход также плавающий. От 15 000 р/мес, в основном "ипотечники".

		пола, с заработком от 25 000 р/мес	
В какой стране/городе проживают?	Россия, Таганрог	Россия, Таганрог	Россия, Таганрог.
Где они очень часто проводят время?	Работа (учёба), дом, бары, кафе, кино, парки отдыха, ТЦ, сёрфинг интернета.	Дом, парки, больницы, поликлиники, возможно концерты.	Работа (учёба), дом, парки отдыха, сёрфинг интернета, кафе, кино, тусовки по интересам.
Каковы главные жизненные ценности этих людей? (Для примера: семья, экология, честность, религиозность и т.д.).	Карьера, саморазвитие, деньги, комфорт.	Здоровье, экология, религиозность, комфорт, семья.	Семья, экология, саморазвитие, стабильность в жизни.
Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Быстро и максимально выгодно купить недвижимость. Развитая инфраструктура.	Более комфортное жильё, с низкой коммунальной платой, в тихом районе. Для детей главное жильё поблизости к их месту проживания.	Улучшить жилищные условия быстро и недорого, желательно с развитой инфраструктурой.
Что способствовало возникновению в жизни этих людей	Социальная ситуация, перспектива карьерного роста, цели и стремления.	Социальная ситуация, возраст, здоровье, своеобразная картина мира,	Своеобразная картина мира, социум, стремление к социальному развитию.

озвученных проблем?		благоустройство района.	
Каковы причины этих проблем?	Экономическая и политическая ситуация в стране, влияние социума	Природа, экономическая и политическая ситуация в стране, влияние социума	Экономическая и политическая ситуация в стране, влияние социума
Что мешает им решить свои проблемы? (Какие барьеры стоят на пути к решению?).	Нехватка времени, нехватка знаний	Неосведомлённость, недоверие, зона комфорта.	Неосведомлённость, недоверие, зона комфорта, лень, нехватка времени
Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?	Просматривали популярные сайты, пытались продать/купить самостоятельно, столкнулись с невыгодными предложениями, осознали личное незнание документооборота, законов и рекламы.	Скорее всего прибегали только к сарафанному радио, опрашивали знакомых и родственников. Страх перед мошенниками.	Просматривали популярные сайты, пытались продать/купить самостоятельно, столкнулись с невыгодными предложениями, осознали личное незнание документооборота, законов и рекламы.
На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?	На разных этапах. Кто-то решил проблему, кто-то даже не думал решать.	На разных этапах. Кто-то решил проблему, кто-то даже не думал решать.	На разных этапах. Кто-то решил проблему, кто-то даже не думал решать.

<p>Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?</p>	<p>Легко, быстро и выгодно купленная квартира. Удовлетворение от покупки.</p>	<p>Выгода, минимизация расходов. Безрисковая сделка, спокойствие.</p>	<p>Выгодная покупка недвижимости. Стабильность, спокойствие, свободное время, пространство для хобби.</p>
<p>Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?</p>	<p>Минимальные затраты на быстрый переезд. Компания подбирает квартиру быстро и без участия их самих, с максимальной выгодой.</p>	<p>Продажей занимается риэлтор, быстро находит новое комфортное жильё и подробно рассказывает о каждом этапе сделки.</p>	<p>Комфортная, просторная и недорогая квартира. Старая продана выгодно, на всё что хотел – хватило денег. Помощь в получении и оформлении ипотеки.</p>
<p>Как изменится их жизнь после решения проблемы?</p>	<p>В лучшую сторону. Уйдут лишние мысли, переживания, затраты времени на поиски решений.</p>	<p>В лучшую сторону. Жильё будет более комфортным по расположению и идеально по инфраструктуре. Благоприятно скажется на самочувствии.</p>	<p>В лучшую сторону. Появится больше времени, уйдут переживания, улучшится самооценка и атмосфера в доме и семье.</p>
<p>Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?</p>	<p>Будет упущена хорошая возможность быстро и комфортно сменить место работы и проживания. Нервозность, плохой сон и самооценка.</p>	<p>Человек будет больше уставать, продолжать тратить непосильные суммы за коммунальные услуги, ухудшение здоровья, постоянно нервничать.</p>	<p>Ситуация в семье будет ухудшаться, будет расти нервозность, чувство подавленности, нереализованность.</p>

<p>В чем они продолжают сомневаться?</p>	<p>В том, что мы сможем купить/продать подходящую квартиру выгодно и быстро.</p>	<p>В правильном выборе исполнителя, низкий уровень доверия к исполнителю и качеству выбранного жилья.</p>	<p>В том что подберём подходящий вариант, по имеющимся средствам, и соответствующий ожиданиям.</p>
<p>Каковы главные желания сегмента?</p>	<p>Главные желание – это скорость, выгода и доверие.</p>	<p>Доверие, скорость, спокойствие и комфорт.</p>	<p>Скорость, комфорт, максимальное соотношение цена/качество.</p>
<p>Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?</p>	<p>Страх не реализоваться в карьере и в жизни.</p>	<p>Страх за здоровье, неудобство, переживания из-за нехватки денег.</p>	<p>Страх за обстановку в новой семье, ухудшение самочувствия из-за постоянной нехватки времени.</p>
<p>Что их больше всего радует? (По отношению к их проблеме и ее решению).</p>	<p>Радует постоянство, отсутствие нужды поиска. Радует экономия времени и личная заинтересованность исполнителя в максимально выгодной покупке квартиры.</p>	<p>Радуют результаты, радует доступность и возможность экономии. Радует постоянство (один исполнитель). Радует максимально развитая инфраструктура. Радует понятная консультация и помощь со стороны риэлтора.</p>	<p>Радует экономия времени, радует квартира максимальная по размерам исходя из вырученных средств, радует хорошая, развитая инфраструктура.</p>

<p>Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?</p>	<p>Дискомфорт из-за низкого престижа жилья при хорошей работе и имеющейся возможности купить жильё получше.</p>	<p>Большие коммунальные расходы, шумные соседи, плохая экология в районе, не развитая инфраструктура, отдаленность от родственников.</p>	<p>Отсутствие искомых предложений в городе, высокая цена квартир, низкая цена предлагаемая за продажу своей имеющейся квартиры. Высокая ставка по ипотеке.</p>
<p>Как они узнали о вас?</p>	<p>Проходили / проезжали мимо, увидели издалека, узнали от друзей / знакомых / коллег, увидели в соц.сетях, узнали от блогеров, попали через контекстную и таргетированную рекламу, увидели по ТВ, услышали на радио, увидели баннер.</p>	<p>Проходили / проезжали мимо, увидели издалека, узнали от друзей / знакомых / родственников, увидели по ТВ, услышали на радио, увидели баннер.</p>	<p>Проходили/проезжали мимо, увидели издалека, узнали от друзей / знакомых / коллег, увидели в соц.сетях, узнали от блогеров, попали через контекстную и таргетированную рекламу, увидели по ТВ, услышали на радио, увидели баннер.</p>
<p>Между кем и кем они выбирали, прежде чем прийти к вам? (Конкуренты, продукты, бренды).</p>	<p>Между конкурентами в радиусе их пребывания.</p>	<p>Между конкурентами в радиусе их пребывания, ждали что кто-то из знакомых / родственников</p>	<p>Все возможные варианты / предложения по городу, с которыми имеют контакты. Все продолжения с которыми</p>

		возьмётся решить эту проблему.	сталкиваются в ритме своей жизни.
Что они думают о цене (на продукт, услугу)?	Хотят недорогое и качественное решение, с максимальной выгодой для себя.	Хотят недорогое и быстрое решение на котором можно сэкономить.	Хотят недорогое, качественное и быстрое решение на котором можно сэкономить.
Что им нравится в ваших конкурентах?	Цены, оперативность, доступность, опыт, профессионализм.	Цены, оперативность, доступность, опыт, профессионализм, рекомендации знакомых (доверие).	Цены, оперативность, доступность, опыт исполнителя, профессионализм.
Что им не нравится в ваших конкурентах?	Плохое или невнимательное отношение со стороны исполнителя. разнообразие предложений не удовлетворяет ожиданиям, слабая мотивационная составляющая.	Плохое или невнимательное отношение со стороны исполнителя. разнообразие предложений не удовлетворяет ожиданиям.	Плохое или невнимательное отношение со стороны исполнителя. разнообразие предложений не удовлетворяет ожиданиям, слабая мотивационная составляющая
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Цена и удобство недвижимости, кратчайшие сроки подбора жилья.	Прозрачность оплаты и документооборота, скорость и качество покупки, продажа с максимальной выгодой.	Скорость и качество выполнения услуги, максимальная выгода при продаже квартиры,

			соответствие жилья заявленным требованиям.
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Они должны просто узнать о нас и ценностях нашего предложения, а также о гарантиях.	Они должны просто узнать о нас и ценностях нашего предложения, а также о гарантиях.	Они должны просто узнать о нас и ценностях нашего предложения, а также о гарантиях.
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Неопрятный вид исполнителя, невежливость, нарушение согласованного графика показов, несоответствие предлагаемых вариантов ожиданиям.	Неопрятный вид исполнителя, невежливость, нарушение согласованного графика показов, несоответствие предлагаемых вариантов ожиданиям.	Неопрятный вид исполнителя, невежливость, нарушение согласованного графика показов, несоответствие предлагаемых вариантов ожиданиям.
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность и какая (лайки, шеринги) – что делают люди (действия)?	Самый популярные соц.сети. В большей степени Instagram, Vk, Ok, Youtube. Новостные порталы, форумы, блоги. ТВ, радио.	ТВ, радио. Не пользуются социальными сетями в 80% случаев. Остальные 20% - VK, Ok, новостные порталы.	Самый популярные соц.сети. В большей степени Instagram, Vk, Ok, Youtube. Новостные порталы, форумы, блоги. ТВ, радио.
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Не осведомлены, либо знают в общих чертах.	Не осведомлены.	Не осведомлены, либо знают в общих чертах.

<p>Какие способы оплаты они считают самыми удобными? (Карты, виртуальные кошельки и т.д.).</p>	<p>Карта, расчетный счет, наличные</p>	<p>Расчетный счет, наличные</p>	<p>Карта, расчетный счет, наличные</p>
---	--	---------------------------------	--

Вопрос	Сегмент 4	Сегмент 5	Сегмент 6
<p>Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.</p>	<p>Пол любой. Возраст от 30 лет до 40. Вид деятельности абсолютно любой. Доход стабильный.. От 30 000 р/мес</p>	<p>Пол любой. Возраст от 35 лет до 50. Стабильный доход.. От 50 000 р/мес.</p>	<p>Пол любой. Возраст от 50 лет до 60 лет. Вид деятельности абсолютно любой. Стабильный доход. От 30 000 р/мес</p>
<p>В какой стране/городе проживают?</p>	<p>Россия, Таганрог</p>	<p>Россия, Таганрог</p>	<p>Россия, Таганрог.</p>
<p>Где они очень часто проводят время?</p>	<p>Работа, дом, кафе, кино, парки отдыха, ТЦ, сёрфинг интернета.</p>	<p>Работа, дом, кафе, кино, парки отдыха, рестораны, светская жизнь.</p>	<p>Работа, дом, парки, концерты, отдых на природе</p>
<p>Каковы главные жизненные ценности этих людей? (Для примера: семья, экология, честность,</p>	<p>Счастливая семья, любовь, комфорт, стабильность, экология, порядок.</p>	<p>Стабильность, порядок, комфорт, деньги, экология, статус.</p>	<p>Семья, здоровье, экология, комфорт, честность, порядок.</p>

религиозность и т.д.).			
Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Быстро и выгодно переехать в комфортную квартиру в желаемом районе.	Более престижное жильё, хороший район, свой двор, спокойные порядочные соседи.	Быстро и выгодно продать полученную в наследство квартиру, с целью улучшение жилищных условий.
Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Изменения в семье, забота о будущем, своеобразная картина мира.	Своеобразная картина мира, стремление к социальному развитию и престижу жизни.	Изменения в семье, забота о членах семьи, стремление к комфорту, своеобразная картина мира.
Каковы причины этих проблем?	Нехватка места, поблизости нет детских площадок, неблагополучный район.	Несоответствие уровня жизни уровню заработка, влияние социума, сформировавшиеся взгляды на мир	Природа, экономическая и политическая ситуация в стране, влияние социума, сформировавшиеся взгляды
Что мешает им решить свои проблемы? (Какие барьеры стоят на пути к решению?).	Нехватка времени, нехватка знаний, зона комфорта.	Нехватка времени, нехватка знаний, отсутствие доверия, зона комфорта.	Нехватка знаний, недоверие, предубежденность, неуверенность в своих знаниях и силах.

<p>Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?</p>	<p>Просматривали популярные сайты, пытались продать самостоятельно, столкнулись с невыгодными предложениями, осознали личное незнание документооборота, закона и рекламы.</p>	<p>Просматривали популярные сайты, пытались продать самостоятельно, столкнулись с невыгодными предложениями, осознали личное незнание документооборота, закона и рекламы.</p>	<p>Скорее всего прибегали только к сарафанному радио, опрашивали знакомых и родственников.</p>
<p>На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?</p>	<p>На разных этапах. Кто-то решил проблему, кто-то медленно и неуверенно предпринимает попытки решения, кто-то даже не думал решать.</p>	<p>На разных этапах. Кто-то решил проблему, кто-то даже не думал решать.</p>	<p>На разных этапах. Кто-то решил проблему, кто-то медленно и неуверенно предпринимает попытки решения, кто-то даже не думал решать.</p>
<p>Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?</p>	<p>Удачная покупка новой квартиры выгодная продажа старой. Стабильность, спокойствие, что не надо будет ничего менять, удобство инфраструктуры</p>	<p>Быстрый подбор комфортного и более престижного жилья, удовлетворяющего потребности обоих членов семьи.</p>	<p>Стабильность, спокойствие, довольные члены семьи.</p>
<p>Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?</p>	<p>Минимальные затраты на комфортный и быстрый переезд. Подобрано жильё, максимально</p>	<p>Быстро находят новое комфортное жильё, отвечающее всем требованиям</p>	<p>Продажей занимается один человек, действует четко, оперативно, быстро продаёт квартиру с максимальной</p>

	соответствующее всем потребностям.	обоих членов семьи.	выгодой для заказчика, новая квартира подобрана быстро и качественно.
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	В лучшую сторону. Уйдут лишние мысли, переживания, появится уверенность и свободное время.	В лучшую сторону. Жильё будет более комфортным по расположению, более престижным и идеально по инфраструктуре.	В лучшую сторону. Уйдут лишние мысли, переживания, улучшается обстановка в семье, появится уверенность и спокойствие.
Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?	Тревога не уйдет, дискомфорт будет накапливаться, как следствие - . нервозность, плохой сон и самооценка, напряженная обстановка в семье.	Ситуация в семье будет ухудшаться, будет расти нервозность, чувство подавленности, нереализованность.	Будет возрастать нервозность, подавленность, ощущение собственной нереализованности.
В чем они продолжают сомневаться?	Что вариант не будет соответствовать ожиданиям, что проблема не будет решена оперативно.	Боятся, что не будет полной вовлеченности в решение проблемы со стороны исполнителя.	Что решение вопроса затянется, что квартира будет продана не выгодно, либо будут какие-то неочевидные удержания от полученных денег.
Каковы главные желания сегмента?	Главные желания – это скорость, доверие, комфорт.	Скорость, доверие, порядок и комфорт.	Скорость, доверие, спокойствие, порядок и комфорт.

<p>Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?</p>	<p>Страх за обстановку в семье, растущая неуверенность, ухудшение самочувствия из-за постоянной нехватки времени.</p>	<p>Недовольство, дискомфорт, напряженность в семье.</p>	<p>Страх за благополучие членов семьи, нервозность, дискомфорт.</p>
<p>Что их больше всего радует? (По отношению к их проблеме и ее решению).</p>	<p>Радует постоянство, отсутствие нужды поиска. Радует экономия времени и личная заинтересованность исполнителя. Максимально развитая инфраструктура, и точность в подборе микрорайона.</p>	<p>Открытость и прозрачность процесса. Радуют результаты, радует доступность и возможность экономии. Радует максимально развитая инфраструктура.</p>	<p>Радует максимально выгодная купля / продажа недвижимости. Радует постоянство (один исполнитель), скорость выполнения задачи, отсутствие личной вовлеченности в рекламу и документооборот.</p>
<p>Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?</p>	<p>Недобросовестный подход к срокам, вероятность неочевидных проблем с новым жильём.</p>	<p>Квартиру подберут неудачно, допустят халатность в документах. Не лояльное и не приветливое отношение.</p>	<p>Постоянно будут меняться исполнители, в дом в любое время могут прийти непонятные люди для просмотра квартиры.</p>

<p>Как они узнали о вас?</p>	<p>Проходили / проезжали мимо, увидели издалека, узнали от друзей / знакомых / коллег, увидели в соц.сетях, узнали от блогеров, попали через контекстную и таргетированную рекламу, увидели по ТВ, услышали на радио, увидели баннер.</p>	<p>Проходили / проезжали мимо, увидели издалека, узнали от друзей / знакомых / коллег, увидели в соц.сетях, узнали от блогеров, попали через контекстную и таргетированную рекламу, увидели по ТВ, услышали на радио, увидели баннер.</p>	<p>Проходили / проезжали мимо, увидели издалека, узнали от друзей / знакомых / коллег, увидели по ТВ, услышали на радио, увидели баннер.</p>
<p>Между кем и кем они выбирали, прежде чем прийти к вам? (Конкуренты, продукты, бренды).</p>	<p>Между конкурентами в радиусе их пребывания, рекомендации друзей, родственников и знакомых.</p>	<p>Между конкурентами в радиусе их пребывания, рекомендации коллег и знакомых.</p>	<p>Между конкурентами в радиусе их пребывания, рекомендации друзей, родственников и знакомых.</p>
<p>Что они думают о цене (на продукт, услугу)?</p>	<p>Хотят качественное и быстрое решение на котором можно сэкономить (после продажи и покупки новой квартиры останутся средства на что-то ещё).</p>	<p>Цена должна быть адекватной, максимально соответствовать желаемому варианту.</p>	<p>Продажа должна быть по максимально выгодной цене, отвечающей ожиданиям. Подобранная квартира должны комфортной и недорогой.</p>

Что им нравится в ваших конкурентах?	Цены, оперативность, доступность, опыт, профессионализм.	Цены, оперативность, доступность, опыт, профессионализм, рекомендации знакомых/коллег (доверие).	Цены, оперативность, доступность, опыт, профессионализм, рекомендации знакомых/коллег/родственников (доверие).
Что им не нравится в ваших конкурентах?	Сервис на среднем или плохом уровне, плохое или невнимательное отношение исполнителя, сайт не вызывает доверия, ассортимент предложений не удовлетворяет ожиданий.	Невнимательность, не расторопность исполнителя, слабое погружение в проблему, предложение вариантов, не соответствующих ожиданиям.	Невнимательность, не расторопность исполнителя.
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Доверие, профессионализм и максимальная вовлеченность исполнителя в решение проблемы. Многообразие интересных вариантов, выгодная цена, быстрые сроки работы.	Доверие, профессионализм и максимальная вовлеченность исполнителя в решение проблемы. Многообразие интересных вариантов, выгодная цена, быстрые сроки работы.	Доверие к исполнителю. Быстрая продажа с наибольшей выгодой, кратчайшие сроки подбора новой квартиры.
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу	Они должны просто узнать о нас и ценностях нашего предложения, а	Они должны просто узнать о нас и ценностях нашего предложения, а	Они должны просто узнать о нас и ценностях нашего предложения, а также о гарантиях.

с вами уже сегодня?	также о гарантиях.	также о гарантиях.	
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Неопрятный вид исполнителя, невежливость, нарушение согласованного графика показов, несоответствие предлагаемых вариантов ожиданиям.	Неопрятный вид исполнителя, невежливость, нарушение согласованного графика показов, несоответствие предлагаемых вариантов ожиданиям.	Неопрятный вид исполнителя, невежливость, нарушение согласованного графика показов, несоответствие предлагаемых вариантов ожиданиям.
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность и какая (лайки, шеринги) – что делают люди (действия)?	Самые популярные соц.сети. В большей степени Instagram, Vk, Ok, Youtube. Новостные порталы, форумы, блоги. ТВ, радио.	Самые популярные соц.сети. В большей степени Instagram, Vk, Ok, Youtube. Новостные порталы, форумы, блоги. ТВ, радио..	Не факт, но возможно – социальные сети Vk, Ok, Youtube. Преимущественно ТВ, радио, новостные порталы, форумы.
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Не осведомлены.	Имеют представление в общих чертах.	Не осведомлены.
Какие способы оплаты они считают самыми удобными? (Карты, виртуальные кошельки и т.д.).	Карта, расчетный счет, наличные.	Карта, расчетный счет, наличные.	Карта, расчетный счет, наличные.

Вопрос	Сегмент 7	Сегмент 8	Сегмент 9
Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Пол любой. Возраст от 25 лет до 40. Вид деятельности абсолютно любой. Доход также плавающий. От 20 000 р/мес	Пол любой. Возраст от 45 лет до 60. Вид деятельности абсолютно любой. Доход также плавающий. От 40 000 р/мес	Пол любой. Возраст от 25 лет до 35. Вид деятельности абсолютно любой. Остался без дохода.
В какой стране/городе проживают?	Россия, Таганрог.	Россия, Северная часть России, Дальний Восток.	Россия, Таганрог.
Где они очень часто проводят время?	Работа, дом, бары, кафе, кино, парки отдыха, ТЦ, сёрфинг интернета.	Работа, дом, рестораны, санатории, кино, парки отдыха, ТЦ, сёрфинг интернета.	Дом, серфинг интернета
Каковы главные жизненные ценности этих людей? (Для примера: семья, экология, честность, религиозность и т.д.).	Деньги, любовь, комфорт, саморазвитие.	Комфорт, спокойствие, экология.	Деньги, комфорт, саморазвитие, риск
Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Максимально выгодно, быстро и безболезненно разделить имущество.	Покупка жилья на юге с близостью к морю. Безрисковая сделка.	Перепродажа ипотеки в кратчайшие сроки

Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Социальная ситуация, цели и стремления. Развод.	Социальная ситуация, мечта жить у моря со здоровой экологией.	Социальная ситуация, неоправданные стремления и цели.
Каковы причины этих проблем?	Экономическая ситуация в стране, влияние социума.	Экономическая ситуация в стране, влияние социума.	Экономическая ситуация в стране, влияние социума.
Что мешает им решить свои проблемы? (Какие барьеры стоят на пути к решению?).	Нехватка времени, нехватка знаний, нехватка денег.	Нехватка знаний.	Нехватка знаний и денег
Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?	Просматривали популярные сайты, пытались продать самостоятельно, столкнулись с невыгодными предложениями, осознали личное незнание документооборота и рекламы. Нет времени разбираться самим.	Просматривали форумы и популярные сайты по тематике переезда на юг, столкнулись с разными мнениями и советами. Сами не могут принять окончательное решение.	Просматривали популярные сайты, пытались продать самостоятельно, столкнулись с незнанием законов.
На каком этапе решения проблемы они находятся сейчас?	На разных этапах.	Рассматривают варианты жилья и агентств недвижимости.	Ищет риэлтора, который поможет решить его проблему.

Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?	Максимально быстро начать жить отдельно, после раздела недвижимости.	Скорый переезд на юг в уютный дом или просторную квартиру близко к морю.	Продажа квартиры и обязательств по ипотеке
Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	Размен однокомнатной квартиры в центре на две однушки в других районах города (сами осознают что это маловероятно), либо однушку и студию.	Риэлтор-эксперт, который поможет оформить безрисковую сделку с покупкой жилья у моря.	Продажа квартиры за наличный расчет и погашение ипотеки.
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	В лучшую сторону. Уйдут лишние мысли, переживания, вернется спокойствие, уверенность, нормализуется сон.	В лучшую сторону. Исполнится мечта, появится чувство спокойствия и удовлетворенности.	Уйдут лишние мысли, переживания, вернется спокойствие, уверенность, нормализуется сон.
Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?	Обстановка в доме будет становиться всё более и более нестабильной, напряженной, ухудшение здоровья, и качества сна, чувство глубокой подавленности.	Начнут переживать, тратить время и деньги на поиски других вариантов.	Начнут переживать, впадут в депрессию, оставят квартиру в оплату ипотеки банку.

В чем они продолжают сомневаться?	В том что мы сможем купить подходящую недвижимость выгодно и быстро, и продать старую квартиру по максимальной цене.	В порядочности и экспертности риэлтора, в правильности выбора жилья и региона.	В том, что не смогут найти решение проблемы.
Каковы главные желания сегмента?	Главные желание – это скорость, выгода.	Безрисковость, надежность.	Скорость сделки
Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?	Страх что вопрос затянется, жить дальше с человеком, с которым связывал брак - огромный постоянный стресс и постоянный подрыв нервной системы.	Страхи, что так и не исполнят свою мечту (переезд на юг)	Страх, что банк заберет квартиру за неуплату ипотеки.
Что их больше всего радует? (По отношению к их проблеме и ее решению).	Радует быстрое решение вопроса, чтобы квартира была разделена с максимальной выгодой, и на жильё хватило обоим супругам.	Радует поддержка и сопровождение на всех этапах сделки со стороны риэлтора, подтверждения фактами хорошей и комфортной жизни на юге России.	Быстрое решение, разъяснение всех этапов сделки.
Что злит и тревожит клиента,	Дискомфорт из-за затягивания вопроса, вариант	Неопределенность вариантов	Дискомфорт из-за затягивания вопроса

который ищет решение своей проблемы?	где размен не покрывает вторую квартиру.		
Как они узнали о вас?	Проходили / проезжали мимо, увидели издали, узнали от друзей / знакомых / коллег, увидели в соц.сетях, узнали от блогеров, попали через контекстную и таргетированную рекламу, увидели по ТВ, услышали на радио, увидели баннер.	Увидели в соц.сетях, попали через контекстную и таргетированную рекламу.	Проходили / проезжали мимо, увидели издали, узнали от друзей / знакомых / коллег, увидели в соц.сетях, узнали от блогеров, попали через контекстную и таргетированную рекламу, увидели по ТВ, услышали на радио, увидели баннер.
Между кем и кем они выбирали, прежде чем прийти к вам? (Конкуренты, продукты, бренды).	Между конкурентами в радиусе их пребывания, пытались подобрать варианты в интернете самостоятельно.	Между агентствами местными и в регионе Таганрога.	
Что они думают о цене (на продукт, услугу)?	Хотят недорогое и качественное решение, с максимальной выгодой для себя.	Хотят недорогое и качественное решение, с максимальной выгодой для себя.	Главное результат-решение вопроса
Что им нравится в	Цены, оперативность, доступность,	Опыт, оперативность,	

ваших конкурентах?	опыт, профессионализм.	доступность и цены	
Что им не нравится в ваших конкурентах?	Плохое или невнимательное отношение со стороны риэлтора. Разнообразие предложений не удовлетворяет ожиданиям, слабая мотивационная составляющая, предложение невыгодного размена.	Плохое или невнимательное отношение со стороны риэлтора.	
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Цена и удобство недвижимости, кратчайшие сроки подбора жилья, выгодная продажа.	Цена и удобство недвижимости, месторасположение.	Цена и сроки решения вопроса
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Они должны просто узнать о нас и ценностях нашего предложения, а также о гарантиях.	Они должны просто узнать о нас и ценностях нашего предложения, а также о гарантиях.	Они должны просто узнать о нас и ценностях нашего предложения, а также о гарантиях.
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Неопрятный вид исполнителя, невежливость, нарушение согласованного графика показов, несоответствие	Невежливость, нарушение согласованного графика показов, несоответствие предлагаемых	

	предлагаемых вариантов ожиданиям.	вариантов ожиданиям.	
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность и какая (лайки, шеринги) – что делают люди (действия)?	Самый популярны соц.сети. В большей степени Instagram, Vk, Ok, Youtube. Новостные порталы, форумы, блоги. ТВ, радио.	Самый популярны соц.сети. В большей степени Vk, Ok, Новостные порталы, форумы.	
Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Не осведомлены, либо знают в общих чертах.	Не осведомлены, либо знают в общих чертах.	Не осведомлены
Какие способы оплаты они считают самыми удобными? (Карты, виртуальные кошельки и т.д.).	Карта, расчетный счет, наличные	Расчетный счет, наличные	Карта, расчетный счет, наличные

Вопрос	Сегмент 10	Сегмент 11
Определите пол, возраст, деятельность сегмента и размер дохода.	Женщины. Возраст от 25 лет до 40. Вид деятельности “мамы в декрете”. Работает супруг или получает алименты. Сама может заниматься подработкой.	Пол любой. Возраст от 25 лет до 55. Вид деятельности абсолютно любой или конкретные категории граждан попадающие под выдачу

	Доход от 20 000 р/мес	сертификатов: военные, переселенцы, люди, проживающие в затопляемых областях. Доход от 30 000 р/мес
В какой стране/городе проживают?	Россия, Таганрог.	Россия, Таганрог и область, Ростов-на-Дону
Где они очень часто проводят время?	Работа, дом, детские площадки, парки аттракционов, детские развлекательные комнаты в ТЦ, сёрфинг интернета.	Работа, дом, рестораны, санатории, кино, парки отдыха, ТЦ, сёрфинг интернета.
Каковы главные жизненные ценности этих людей? (Для примера: семья, экология, честность, религиозность и т.д.).	Семья, деньги, саморазвитие, стабильность.	Комфорт, деньги, спокойствие, саморазвитие.
Решение каких проблем более всего актуально для них на данный момент?	Максимально выгодно, быстро приобрести жилье с использованием материнского капитала. Обналич	Максимально быстро, выгодно приобрести желанную недвижимость с применением сертификата.

	ивание сертификата.	
Что способствовало возникновению в жизни этих людей озвученных проблем?	Социальная ситуация, цели и стремления.	Социальная ситуация, место проживания, непригодная для жизни территория.
Каковы причины этих проблем?	Экономическая ситуация в стране, влияние социума.	Экономическая ситуация в стране, влияние социума.
Что мешает им решить свои проблемы? (Какие барьеры стоят на пути к решению?).	Нехватка времени, нехватка знаний, нехватка денег.	Нехватка знаний, нехватка денег.
Какие решения они пробовали раньше? Что в этих решениях сработало хорошо, а что разочаровало?	Просматривали популярные сайты, пытались обналчить через банки и микрофинансовые учреждения, столкнулись с невыгодными предложениями, осознали личное незнание документооборота. Нет времени разбираться самим.	Просматривали форумы и популярные сайты по тематике использования сертификата, как первоначального взноса, столкнулись с разными мнениями и советами. Сами не могут принять окончательное решение.
На каком этапе решения	Либо поиск вариантов	Рассматривают варианты жилья и

проблемы они находятся сейчас?	вложений мат.капитала, либо уже определились с объектом, но не знают как обналичить.	агентств недвижимости.
Какой конечный результат ищет этот сегмент целевой аудитории?	Готовый вариант под сдачу или расширение жилищных условий.	Квартиру, дом.
Как они представляют себе идеальное решение своей проблемы?	В короткий срок при полном сопровождении риэлтора найти гостинку/квартир и совершить безрисковую сделку.	Риэлтор-эксперт, который поможет оформить безрисковую сделку по покупке жилья с применением сертификата.
Как изменится их жизнь после решения проблемы?	В лучшую сторону. Уйдут лишние мысли, переживания, вернется спокойствие, уверенность, нормализуется сон.	В лучшую сторону. Уйдут лишние мысли, появится чувство спокойствия и удовлетворенности.
Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят все как есть сейчас?	Обстановка в доме будет становиться всё более и более нестабильной, напряженной, ухудшение здоровья, и качества сна,	Начнут переживать, тратить время и деньги на поиски других вариантов.

	чувство глубокой подавленности.	
В чем они продолжают сомневаться?	В том что мы сможем совершить все действия по обналичиванию материнского капитала правильно	В порядочности и экспертности риэлтора, в правильности выбора жилья
Каковы главные желания сегмента?	Главные желание – это безрисковость сделки, скорость.	Безрисковость, надежность, комфорт.
Какие страхи связаны с проблемой, возникшей в жизни клиента?	Страх что вопрос затянется, они смогут потерять деньги, если риэлтор окажется непорядочный.	Страхи, что потеряют деньги, не смогут верно воспользоваться сертификатом.
Что их больше всего радует? (По отношению к их проблеме и ее решению).	Радует надежность агентства и быстрое решение вопроса.	Радует поддержка и сопровождение на всех этапах сделки со стороны риэлтора, предоставление вариантов и подбор желанного объекта.
Что злит и тревожит клиента, который ищет решение своей проблемы?	Дискомфорт из-за затягивания вопроса.	Дискомфорт из-за затягивания вопроса. Неопределенность вариантов.

<p>Как они узнали о вас?</p>	<p>Проходили / проезжали мимо, увидели издалека, узнали от друзей / знакомых / коллег, увидели в соц.сетях, узнали от блогеров, попали через контекстную и таргетированную рекламу, увидели по ТВ, услышали на радио, увидели баннер.</p>	<p>Проходили / проезжали мимо, увидели издалека, узнали от друзей / знакомых / коллег, увидели в соц.сетях, узнали от блогеров, попали через контекстную и таргетированную рекламу, увидели по ТВ, услышали на радио, увидели баннер.</p>
<p>Между кем и кем они выбирали, прежде чем прийти к вам? (Конкуренты, продукты, бренды).</p>	<p>Между конкурентами в радиусе их пребывания, пытались подобрать варианты в интернете самостоятельно.</p>	<p>Между агентствами местными и в регионе Таганрога.</p>
<p>Что они думают о цене (на продукт, услугу)?</p>	<p>Хотят недорогое и качественное решение, с максимальной выгодой для себя.</p>	<p>Хотят недорогое и качественное решение, с максимальной выгодой для себя.</p>
<p>Что им нравится в ваших конкурентах?</p>	<p>Цены, оперативность, доступность, опыт, профессионализм.</p>	<p>Опыт, оперативность, доступность и цены</p>

Что им не нравится в ваших конкурентах?	Плохое или невнимательное отношение со стороны риэлтора.	Плохое или невнимательное отношение со стороны риэлтора.
Что они считают самым важным в решении о покупке/продаже?	Цена, кратчайшие сроки подбора жилья, выгодная продажа.	Цена и удобство недвижимости, месторасположение, сроки оформления сделки.
Что могло бы стимулировать клиентов начать работу с вами уже сегодня?	Они должны просто узнать о нас и ценностях нашего предложения, а также о гарантиях.	Они должны просто узнать о нас и ценностях нашего предложения, а также о гарантиях.
Что всегда производит на них отталкивающее впечатление?	Неопрятный вид исполнителя, невежливость, нарушение согласованного графика показов, несоответствие предлагаемых вариантов ожиданиям.	Невежливость, нарушение согласованного графика показов, несоответствие предлагаемых вариантов ожиданиям.
На каких сайтах/соцсетях самая большая активность и какая (лайки, шеринги) – что делают люди (действия)?	Самый популярные соц.сети. В большей степени Instagram, Vk, Ok, Youtube. Новостные порталы, форумы, блоги. ТВ, радио.	Самый популярные соц.сети. В большей степени Vk, Ok, Новостные порталы, форумы, блоги. ТВ, радио.

Насколько они осведомлены о технических деталях услуги?	Не осведомлены, либо знают в общих чертах.	Не осведомлены, либо знают в общих чертах.
Какие способы оплаты они считают самыми удобными? (Карты, виртуальные кошельки и т.д.).	Карта, расчетный счет, наличные	Карта, расчетный счет, наличные

АВАТАР СЕГМЕНТА 1

Анастасия.

Возраст - 28 лет.

Род деятельности - офисный/удаленный работник.

Регион проживания - Таганрог, западный район.

Сейчас Анастасия проживает в маленькой студии, в западном районе. Проживает одна, карьеристка, упор на работе и личном развитии. Работает веб-дизайнером, имеет хороший стабильный доход на официальной работе, 50-70 тыс. рублей. Кредитов и долгов не имеет.

Личное время проводит в основном за вебинарами или чтением книг, за просмотром фильмов, реже - выбирается с друзьями в кафе или бар. Человек не очень компанейский, замкнутый. Трудоголик-карьеристка, склона работать даже в выходные, так как хочет развиваться в своей отрасли.

Анастасии друг и партнер предлагает работу в Северном районе города. Должность повыше, зарплата лучше на порядок, более сложные и интересные задачи по работе. На новой работе предоставляется квартира. Анастасию интересует только быстрая покупка жилья. Старую квартиру она планирует сдавать.

О рекламе знает поверхностно, абсолютно не знает

документооборот, к новым людям немного недоверчива. Времени на продажу и показы квартиры не имеет.

АВАТАР СЕГМЕНТА 2

Валентина.
Возраст - 71 года.
Род деятельности - пенсионер.
Регион проживания - Таганрог, Западный район.

Валентина проживает на улице Панфилова, в старом пятиэтажном доме, на 4 этаже, в трехкомнатной квартире. Взрослые дети разъехались, завели свои семьи и жилье. Одной платить за ЖКХ в трешке дорого, убирать большое помещение - сложно в силу возраста, подниматься на 4-й этаж - практически непосильная задача.

Личное время проводит за вязанием, просмотром телепередач, очень любит прогулки на свежем воздухе.

Валентина очень хочет переехать в однокомнатную квартиру на первом этаже, поближе к рынку и остановке, с муниципальной поликлиникой в шаговой доступности. Мечтает о парке или сквере неподалеку от дома.

Валентина не дружит с компьютером и интернетом, очень боится что незнакомые люди могут обмануть или что-то украсть. Хочется чтобы процессом купли-продажи занимался только один человек, который понравится и вызовет доверие.

АВАТАР СЕГМЕНТА 3

Андрей.
Возраст - 26 лет.
Род деятельности - погрузочные работы.
Регион проживания - Таганрог, Северный р-он.

Андрей проживает в маленькой гостинке, доставшейся от родителей. Работает кладовщиком. Недавно женился, планируется ребенок. С женой друг друга любят со школы, свободное время стараются проводят вместе.

Андрей очень любит рисовать, но не может развернуться – рисование это мольберты, занимающие место, ему не хватает личного пространства в 12-ти метрах, своего “мужского угла”, и после рождения ребенка – само понимание личного пространства как такового исчезнет совсем.

Имеются небольшие накопления, квартиру хочется купить квартиру побольше, с большой лоджией, и двумя просторными комнатами. Квартиру хочется купить поближе к детскому саду, расширить личное пространство, и иметь возможность предоставить ребенку отдельную комнату в дальнейшем.

Разумеется, старую квартиру он тоже хочет продать поскорее, и с максимальной выгодой.

АВАТАР СЕГМЕНТА 4

Вика и Александр, 30 и 33 лет, замужем. Есть один ребенок, планируется второй.

Александр и Вика ставят благополучие детей в приоритет, дети для них – самое важное в жизни, максимально озабочены качеством их образования. Сын ходит в англоязычную школу, родители озабочены её неудобным расположением, и отсутствием кружков и секций поблизости с домом. Живут в микрорайоне Северный, а школа находится в центре города.

Ребёнок до школы добирается самостоятельно, до школы долго добираться, и непонятно, чем он после школы занят, добираясь домой через пол города. Школу менять радикально не хотят, она престижная, профильная, качество образования поможет уверенно поступить на бюджет в хороший вуз, сэкономив кучу расходов на обучение, гарантирует, что домашний умный мальчик не попадёт в армию.

В деньгах особого недостатка нет, хотят комфортную двухкомнатную квартиру в центре города.

АВАТАР СЕГМЕНТА 5

Владимир, сотрудник администрации города, 46 лет. Убежденный карьерист. Хорошо зарабатывает, жена, Светлана может позволить тратить время на фитнес, хобби и салоны красоты.

Светлана каждый вечер говорит о том, что нужен частный дом и свой двор, что достали шумные соседи. У Владимира нет времени этим заниматься. У Светланы есть время, и она считает себя умнее всех, что сильно расходится с действительностью.

Доверить жене вопрос купли-продажи жилья Владимир не готов, а у самого времени радикально не хватает. Боится, что жена может наделать ошибок, связанных с документооборотом, допустить ощутимые промахи в выборе жилья.

Расположение дома их не интересует, у каждого есть автомобиль. Важен только престиж и красота района, и красивый просторный дом с аккуратным двором.

АВАТАР СЕГМЕНТА 6

Василий, 51 год. Хорошая работа, доволен своими жилищными условиями. Взрослые дети, сын и дочь, давно съехали, имеют свои семьи.

У Василий умирает мать. Через некоторое время, он хочет продать её квартиру, чтобы поделить со своими детьми и оставить что-то себе.

Квартиру сдавать не хочется, это имеет множество неприятных для Василия нюансов и занимает время. А дочке нужна квартира, хотя бы студия, если найдет подешевле - то и сына получится побаловать новой машиной, а себя хочется порадовать полноценным, давно заслуженным отдыхом за границей.

Василий не хочет вникать в тонкости продаж, его интересует только продать внезапно появившуюся недвижимость, максимально быстро и выгодно.

АВАТАР СЕГМЕНТА 7

Давид и Анна, 34 и 28 лет. Неплохая работа, стабильная заработная плата. Совместных детей нет, и уже не планируют. Брак дошёл до развода.

Давид и Анна проживают в просторной однокомнатной

квартире в центре города. Хотят как можно скорее оказаться друг от друга как можно дальше. Идеальным решением этой проблемы видят раздел квартиры (в центре) на две однокомнатных квартиры.

Давид хочет переехать в Западный район, поближе к матери. Хочет однокомнатную квартиру, но в целом начинает рассматривать и варианты студий.

Анна не согласна на студию, хочет жить в полноценной однокомнатной квартире. Хочет остаться в центре города.

В тонкости процедуры вникать хотят, для них самое главное чтобы проблема была решена быстро.

АВАТАР СЕГМЕНТА 8

Лариса и Виктор, 55 и 60 лет. Оба вышли на пенсию и решили перебраться в теплый регион страны с близостью к морю. Дети переехали жить за границу.

Рассматривают вариант Новороссийска и Таганрога, но склоняются ко второму из-за недорогой стоимости жилья.

Самое главное найти квалифицированного риэлтора, кто сможет рассказать о городе, преимуществах переезда и подобрать дом в тихом районе с хорошей экологией.

АВАТАР СЕГМЕНТА 9

Дмитрий, 25 лет. Купил квартиру в ипотеку в новостройке 2 года назад. Работает менеджером-операционистом в банке. Дмитрий попал под сокращение отдела и занимается сейчас поиском работы. Пришло известие, что мама больна раком и требуется дорогостоящее лечение.

Дмитрий не может сейчас платить ипотеку, поскольку нужны средства на лечение.

Главная задача продать квартиру в короткие сроки.

АВАТАР СЕГМЕНТА 10

Алена, 29 лет. Мать двоих детей 3 и 5, развелась с мужем. Живет в квартире своих родителей, а они переехали в деревню к бабушке.

Алена вышла из декретного отпуска, подрабатывает в сетевом маркетинге Oriflame и занимается репетиторством на дому английского языка для деток.

Алена получает алименты и родители помогают с воспитанием детей. Однако старшей скоро в школу и нужен дополнительный источник дохода.

Подшло время для использования материнского капитала и Алена ищет варианты покупки гостинки без доплаты для последующей сдачей в аренду.

Главная задача прозрачность сделки.

АВАТАР СЕГМЕНТА 11

Алексей 29 лет и Мария 25 лет. Алексей и Мария в браке 2 года.

Маша закончила университет по специальности "Государственное и муниципальное управление" и работает специалистом в МФЦ с зарплатой 26 000 р.

Алексей работает инженером на Ростсельмаше в Ростове-на-Дону, каждый день ездит домой в Таганрог.

Квартиру они снимают, задумываются о детях. Подавали заявку на получения сертификата как молодая семья и получили субсидию.

Теперь рассматривают вариант покупки жилья в Ростове -на-Дону с применением сертификата.

Главная задача найти квартиру, подходящую под условия

применения сертификата с максимальной выгодой и гарантией чистоты.

Анализ конкурентов

Конкурент	Результат анализа сайта	Преимущества	Недостатки
Агентство №1	<p>http://an1tag.ru Сайт адаптивный одноэкранный. Сайт малоинформативен и вес небольшой из-за этого и невысокие показатели Яндекс икс (50). Находясь на сайте, не получаешь ответы на вопросы оформлению тех же документов (http://an1tag.ru/docs/), краткая информация об услуге и ничего не остается как-только позвонить и уточнить остальные моменты.</p> <p>тест сайта: Яндекс икс - 50 Всего визитов</p>	<p>А) Есть ссылка на квартиры от застройщиков без %, на чем они и делают акцент. Б) На главном экране отобразили лид-магнит возможность подбора жилья по основным параметрам: тип недвижимости, районы и цена. В) Есть отдельная страница СТРОИТЕЛЬСТВО, видимо самостоятельно занимаются застройкой частных домов "под ключ". Г) Есть социальные сети Вк и Фейсбук. В Вк (https://vk.com/an1tag) ничего не ведется с июня месяца 2019 года, старая</p>	<p>А) Дизайн очень простой, не информативный. Б) Нет никаких упоминаний о членах команды, о преимуществах. В) Некоторые страницы выглядят пустыми. Г) Отсутствуют кнопки для связи. Д) Нет ссылок на социальные сети с сайта.</p>

	<p>720 за месяц, из них по запросам в яндексе через органическую выдачу всего 6 (ключи Стройвариант таганрог, купить квартиру стройвариант, агентство недвижимости номер 1). Отсутствует SEO и микроразметка. Размещение ссылки на портале https://ruscatalog.org/taganrog/511254-agentstvo-nedvizhimosti-1/, https://taganrog.yip.ru/list/kottedzhnye_poselki_proektirovanie_stroitelstvo_prodazha/, http://tagfind.ru/taganrog/3441.</p>	<p>база подписчиков 1533. Д) Кабинет АВИТО оформлен как магазин. База 404 квартиры. https://www.avito.ru/nedvijimost_n1/taganrog/nedvizhimost Е) Рейтинг Яндекс.Карты 4,1</p>	
<p>Анкор</p>	<p>http://ankor161.ru/ Сайт не работает По брендовому запросу в первые сроки попадают ссылка на</p>	<p>А) Грамотно расписан блок о донесении преимуществ работы с ними-акцент на долгосрочное сотрудничество и честную</p>	<p>А) Отсутствуют отзывы на Яндекс.Картах. Б) Из социальных сетей есть группа Вконтакте (https://vk.co)</p>

	<p>кабинет Авито, Циана, Вконтакте. Есть ссылки на порталы: http://tagfind.ru/taganrog/1099</p>	<p>сделку, клиентоориентированы. Б) Размещены на агрегаторе ЦИАН - 138 объявлений. В) Есть АВИТО кабинет - 198 активных объявления. Д) Существуют с 2009 года.</p>	<p>m/ankor161) 42 подписчика и Одноклассники 200, Инстаграм (https://www.instagram.com/taganrog_doma/) заброшены уже несколько лет. В) Отсутствует сайт.</p>
Олимп	<p>https://olimp-estate.com Сайт адаптирован под мобильную версию. Имеющийся ИКС 110 говорит о хорошей индексации сайта. Функционал и навигация сайта удобны. Под каждую услугу сделана отдельная страница и размечены все ключевые слова. Посещаемость 6060 в месяц. Слишком большой показатель купленных ссылок на сторонних сайтах 49% сайтах, что</p>	<p>А) Грамотно упакованы преимущества и принципы, что скорее вызовет доверие. Б) База недвижимости регулярно обновляется 1542 объекта. В) Рейтинг Яндекс.Карты 4,0. Г) Представлены на 2ГИС и на ZOOM. Д) Социальные сети: Инстаграм https://www.instagram.com/olimp_estate_taganrog/, Вконтакте https://vk.com/olimp_taganrog ОК https://ok.ru/group52752404185300. Е) Активно</p>	<p>А) Плохая скорость сайта, не оптимизирован - 17. Б) Есть текстовые ошибки по сайту и блокам.</p>

	<p>ухудшает ранжирование сайта и могут быть наложены ограничения. Размещены на порталах недвижимости Таганрога.</p>	<p>ведут Youtube (https://www.youtube.com/watch?v=WlnT_2DGQDw), публикуют видеоотзывы, есть клиенты, кто приехал с Израиля, ведут обзоры жилья и нового законодательства.</p> <p>Ж) Имеют официальное партнерство с банком ВТБ. З) Блок срочные продажи на сайте И) Разделение услуг между покупателями, продавцами, арендаторами. К) Подключен Callbackhunter</p>	
Талисман	<p>https://talisman161.ru/ Адаптивный сайт. Удобный функционал и навигация. С точки зрения маркетинга сайт средний. Дизайн можно назвать устаревшим. Яндекс ИКС 110, 9870 показов в месяц.Отсутствуют ссылки на</p>	<p>А) Понятный интерфейс сайта.Отдельно выделены горячие предложения. Б) Есть своя база объектов 2470. В) На сайте представлен подробный фильтр по выбору объекта. Г) Социальные сети: Инстаграм</p>	<p>Дизайн устаревший. Б) Отсутствие блока о команде. В) Нет явных преимуществ. Г) Нет отзывов на сайте. Д) Отсутствует форма обратной связи и кнопки действия</p>

	соц.сети и микроразметка.	https://www.instagram.com/talisman.taganrog/ , Вконтакте https://vk.com/talisman.taganrog , Д) Рейтинг на сервисе Яндекс.Карты 4,3 Е) Представлены ссылкой на сайт на форумах и тематических площадках Таганрога Ж) Кабинет АВИТО 153 объявления.	
РиКом	http://ricom-r.ru Сайт не работает.	А) Социальные сети: Вконтакте https://vk.com/ricomned не ведется Б) Присутствует на сервисе 2ГИС В) Есть в формате АВИТО магазин https://www.avito.ru/ricom-r 119 объявлений	А) Сайт отсутствует Б) Без знания названия агентства не найти в интернете В) Социальные сети не ведутся
Вертикаль	http://vertikal161.ru Не работает	А) Социальные сети: Одноклассники https://ok.ru/vertikaltaganrog не ведется	А) Плохой Рейтинг на Яндекс.Карты 3,9 Б) Без знания названия агентства не

		<p>Вконтакте https://vk.com/vertikal_nedvizhi_most В ленту выкладывают информацию не системно Б) Присутствует на сервисе 2ГИС В) Есть в формате АВИТО магазин https://www.avito.ru/vertikal161 73 объявлений Г) Есть размещения на тематических площадках г. Таганрога, но там старые ссылки на сайт.</p>	<p>найти в интернете В) Социальные сети не ведутся, заброшены</p>
--	--	---	--

Маркетинговые триггеры

В силу большого разнообразия ЦА по возрасту, бюджетам и запросам клиентов больше всего привлекает большое обилие информации на сайте, и удобная навигация, влияние дизайна сайта - вторично. На сайте не хватает живого чата с отделом продаж, всплывающих форм с акциями, захвата (когда пытаются закрыть сайт) и спецпредложений. Также хочется отметить, что у конкурентов на сайте редко встречается данный функционал.

Также хочется отметить, что у конкурентов явно не представлены услуги ДОО и КДОО, квартиры в trade-in, продажа квартир в залоге, не расписаны подробно преимущества, которые получит клиент в случае выбора данного агентства. Однако,

конкуренентов отдельными блоками выделены "горящие" предложения, есть более подробная информация о членах команды, их экспертности – рассказывают на канале YouTube. Если мы хотим масштабироваться, то целесообразно будет ориентироваться на лидеров рынка региональных.

Предлагаю рассмотреть сайты подобных агентств.

1. <http://www.elitehome.ru>
2. <https://whitewill.ru>
3. <https://www.azbuka.ru/resale/services/vikup-srochno/>
4. <https://krasnodar.etagi.com/>
5. <https://www.best-realty.ru>
6. <https://www.incom.ru>

1) Основной сайт:

- а) Сделать ребрендинг логотипа и названия, учитывая пожелания собственника, можно немного скорректировать имеющиеся название "Свой (твой) новый дом", чтобы отстроиться от конкурентов.
- б) Добавить живой чат с отделом продаж сервиса обратного звонка "Envybox"
- в) Добавить всплывающие окна с акциями и спецпредложениями при скроллинге
- г) Добавить баннер захвата при уходе с сайта, также предложение звонка клиенту зашедшему на сайт
- д) Добавить на сайт дополнительные страницы

1. Сделать сайт на Битрикс-1С с переходом на дополнительные страницы или выборочно доработать к имеющемуся сайту дополнительные страницы:

- А. Главная – с возможностью всегда вернуться на главную страницу,
- В. Каталог недвижимости – переименовать страницу база объектов
- С. Услуги – делим на 4 сегмента:

–Покупателям

- Покупка квартиры и комнат
- Квартиры в новостройках
- Покупка дома или участка
- Помощь в получении ипотеки
- Возврат налогов
- Юридическое сопровождение сделки

–Владельцам

- Продажа квартиры и комнат

- Обмен/Trade in
- Продажа дома или участка
- Срочный выкуп
- Сдать квартиру или комнату
- Оценка недвижимости
- Продажа проблемных квартир
- Продажа из-под залога
- Согласование перепланировки

-Арендаторам

-Застройщикам

Такой сегментацией мы сможем быстро вывести сайт в топ органической выдачи по SEO. А также настроим таргетированную и контекстную рекламу под определенные виды услуг с точным попаданием в аудиторию и переходом на соответствующую страницу.

По структуре данные страницы должны состоять из:

- Краткое описание услуги
- Для кого услуга
- Какие боли клиента закрывает услуга
- Почему клиент должен купить ее у нас
- Видеоролик, где эксперт рассказывает о механике данной услуги
- Контакт эксперта в этой области, его фото, возможность задать ему вопрос.
- Форма обратной связи

D. Спецпредложения (Горящие продажи)

2.В разделе "Контакты" указать все возможные способы связи и подписка на рассылку e-mail, whatsapp)

3.Раздел "Новости" разделить на новости рынка недвижимости и обзоры, рекомендации от экспертов.

4.В раздел "О компании" добавить миссию, все ваши преимущества и достижения в цифрах, награды, видеоотзывы от клиентов)

5.Добавить на главный экран виджет ипотечного калькулятора, онлайн-оценку недвижимости.

4. Добавить в верхнюю часть страницы слайдер и размещаем там сайта крупные тематические баннеры с кнопкой перехода или формой заявки для релевантных и маржинальных на данный момент услуг, спецпредложения, с офферами, закрывающие основные боли сегментов.

5. Можно использовать видео с счастливыми новоселами на первом экране, вызовет положительные эмоции и доверие.

6. Добавить блок с новостройками и обзорами на ЖК. Выделить условия покупки без переплаты за м2 от застройщика.

7. Добавить маркетинговый триггер - всплывающая форма или поп-ап с предложением бесплатная экспертиза документации объектов недвижимости по 8 параметрам взамен контактных данных.

8. Использовать видеозвонки клиентов на сайте и социальных сетях. Добавить фото улыбающихся целевых аудиторий/сегментов, с ключами от новой квартиры в руках.

9. Нужно донести до потенциального клиента, что выгодная покупка по низкой цене максимально выгодна не только для него, но и для компании. Добавить способы оплаты материнский капитал и военная ипотека.

10. Добавить фильтр поиска квартир сразу на главную страницу

11. Объединить базу объектов с основным сайтом и не использовать их по отдельности.

2) Разработка и внедрение Лендингов на каждую услугу.

а) На каждом лендинге нужно провести SEO оптимизацию для получение первых мест в органической выдачи.

б) К каждому лендингу будет разработана рекламная кампания в яндекс и гугл под целевую аудиторию и переманивания ее у конкурентов.

3) Доработка социальных сетей (ОК ФБ ВК ИНСТ)

а) Цель социальных сетей рассказывать клиентам о новостях на рынке недвижимости, учить их, стать для них экспертом №1 в данной нише

б) Добавление функционала обратной связи в каждую соц сеть использовать ее как платформу связи с клиентами.

в) Использование видеообзоров жилых комплексов новостроек, квартир к быстрой продаже.

г) Создание рассылки в Вконтакте через сервис Sandler для отправки спецпредложения "специально для него". Посыл такой узнавайте об уникальных акциях и предложениях первыми!

д) В Инстаграме больше использовать видеотзывов от клиентов, фотографий жизни офиса, экспертов. Для каждого эксперта завести отдельный инстаграм.

е) Создание Youtube канала.

ж) Дублирование группы в Одноклассниках, необходимо будет для запуска таргетированной рекламы.

4) Агрегаторы-недвижимости

а) ЦИАН - хорошо работает формат тизерная реклама и звонки.

б) Предлагаем сделать шаблон объявления для АВИТО и ЦИАН, где будут применяться только качественные изображения объекта, показаны преимущества района, видов из окна, инфраструктура. В тексте указаны все параметры площади, района, а также указаны преимущества проведения сделки через вас. На главном фото объявления добавить привлекательную стоимость, если она имеется или, например, ипотека от 4,1%.

в) Дооформить магазин на АВИТО, можно посмотреть пример оформленного кабинета ЖК "Красный Аксай" Югстройинвеста.

г) Размещение на популярных порталах недвижимости г. Таганрога.

5) Наружная реклама

а) Расклейка объявлений в районах, где люди не пользуются интернетом.

б) Создание маркетинг-кит с новым позиционированием, распространение его по партнерам.

6) Реклама в СМИ

а) Разработать и разместить на тв, радио, газетах, и социальных сетях статьи, видео и аудио рекламу о ребрендинге компании и заявить уже о себе как о экспертном агентстве №1

ЛИНЕЙКА ПРОДУКТОВ

1. Оценка имеющейся недвижимости и подбор квартиры

ВПВ	Бесплатно	2 статьи на сайте: А) 10 факторов снижающих стоимость квартиры Б) 10 основных параметров, на которые стоит обратить внимание при подборе квартиры
Lead Magnet	Бесплатно	Квиз-тест «Пройди опрос и получи бесплатную консультацию по подбору квартиры». Пост-опросы на сайте, и в соц. медиа.
Tripwire	Бесплатно	Консультация с риелтором, обсуждение вариантов и составление плана работ.
Frontend 1	Процент с покупателя объекта	Заключение договора на продажу объекта
Upsell	Выплата риелтору процента от продажи	Выгодная продажа имеющейся недвижимости по максимальной стоимости.

BackEnd	Выплата процента по договору	Подбор варианта покупки квартиры агентом, вместе с клиентом по минимальной стоимости.
Downsell	Выплата процента по договору и процент от застройщика	Выгодный обмен, с переездом со значительным улучшением уровня жилищных условий в новостройку

2. Юридическое сопровождение

ВПВ	Бесплатно	2 статьи на сайте: А) 8 инструментов безопасности вашей сделки Б) Как не нарваться на мошенников, советы нашего юриста.
Lead Magnet	Бесплатно	Квиз-тест «Пройди опрос и получи бесплатную консультацию от нашего юриста». Пост-опросы на сайте, и в соц. медиа.
Tripwire	Бесплатно	Консультация с юристом и риэлтором, обсуждение вариантов и составление плана работ.
Frontend 1	Заключение договора аренды	Подбор квартиры в аренду пока подыскивают новое жилье.
Upsell	Заключение договора на оказание услуги	Предоставление услуги по получению ипотеки

	по оформлению ипотеки	
BackEnd	Оплата за предоставление услуги	Оказание услуги по сопровождению и созданию безрисковой сделки
Downsell	Выплата процента по договору	Подбор вариантов объектов для покупки

3. Комплексный договор ответственного обслуживания

ВПВ	Бесплатно	2 статьи на сайте: А) Почему именно сейчас выгодно улучшать свои жилищные условия Б) Почему выгоден договор КДОО
Lead Magnet	Бесплатно	Квиз-тест «Подберите свою идеальную квартиру и узнайте предварительную цену». Пост-опросы на сайте, и в соц. медиа.
Tripwire	Бесплатно	Консультация с риелтором, обсуждение вариантов и составление плана работ.
Frontend 1	Оплата после подписания договора купли-продажи	Заключение комплексного договора ответственного обслуживания.
Upsell	Выплата риелтору процента от продажи	Выгодная продажа имеющейся недвижимости по максимальной стоимости.

BackEnd	Выплата процента по договору плюс процент от суммы торго	Подбор вариантов агентом, вместе с клиентом по минимальной стоимости.
Downsell	Оплата после подписания договора купли-продажи	Выгодный trade in, с переездом со значительным улучшением уровня жилищных условий, либо предложение частного дома исходя из имеющихся финансовых возможностей.

4. Договор ответственного обслуживания

ВПВ	Бесплатно	2 статьи на сайте: А) Почему именно сейчас выгодно покупать недвижимость Б) Почему выгоден договор ДОО
Lead Magnet	Бесплатно	Квиз-тест «Подберите свою идеальную квартиру и узнайте предварительную цену». Пост-опрос в социальных сетях.
Tripwire	Бесплатно	Консультация с агентом, обсуждение вариантов и составление плана работ.
Frontend 1	Оплата после подписания договора купли-продажи	Заключение договора ответственного обслуживания.

Upsell	Внесение задатка за недвижимость	Подбор вариантов агентом, вместе с клиентом по минимальной стоимости. Задаток.
BackEnd	Выплата 3% агенту плюс 20% от торга	Подписание договора купли-продажи, вступление в право собственности.
Downsell	Оплата после подписания договора купли-продажи	Подбор более бюджетного жилья в другом, менее предпочтительном районе, но более выгодного по стоимости.

5. Покупка квартиры в новостройке в Таганрог или переезд в Ростов-на-Дону.

ВПВ	Бесплатно	2 статьи на сайте: А) Как правильно выбрать квартиру в новостройке и все тонкости договора о долевого участия Б) Обзор новостроек г. Таганрога
Lead Magnet	Бесплатно	Квиз-тест «Подберите свою идеальную квартиру в новостройке в г. Таганрог и получите помощь в оформлении документов.» Пост-опросы на сайте, и в соц. медиа., ж
Tripwire	Бесплатно	Консультация с риелтором, презентация жилых комплексов, определение нескольких вариантов, проезд по ЖК.

Frontend 1	Процент по договору	Оказание услуги по оценке продаваемой квартиры
Upsell	Процент по договору на оказание услуги	Помощь в оформлении и сопровождение сделки.
BackEnd	Получение процентов от застройщика	Оформление договора купли-продажи
Downsell	Оплата за услугу	Помощь в оформлении ипотеки.

6. Обмен

ВПВ	Бесплатно	2 статьи на сайте: А) Обмен жилья. Подводные камни. Б) Обмен квартиры на дом. Что нужно знать.
Lead Magnet	Бесплатно	Квиз-тест «Подберите свою идеальную квартиру и узнайте предварительную цену». Пост-опрос в социальных сетях.
Tripwire	Бесплатно	Консультация с агентом, обсуждение вариантов и составление плана работ.
Frontend 1	Оплата оказанной услуги	Помощь в оформлении ипотеки

Upsell	Оплата после подписания договора	Подбор более дорогого жилья в другом, более престижном районе.
BackEnd	Выплата 3% агенту плюс 20% от торга	Подписание договора, вступление в право собственности.
Downsell	Оплата после подписания договора	Подбор более бюджетного жилья в другом, менее предпочтительном районе, но более выгодного по стоимости.

7. Срочная продажа с размещением на 30 информационных площадках

ВПВ	Бесплатно	<p>2 статьи на сайте:</p> <p>А) Предпродажная подготовка. Советы экспертов.</p> <p>Б) Экспресс-продажа квартиры за 3 дня</p>
Lead Magnet	Бесплатно	<p>Квиз-тест «Узнай, как продать квартиру за 3 дня, пройди опрос».</p> <p>Пост-опрос в социальных сетях.</p> <p>Бесплатная оценка стоимости «квартиры/жилья»</p> <p>Пробуем сделать сразу подбор без ввода контакта, через генерацию формы скачки или</p>

		фильтра со своими контактами.
Tripwire	Бесплатно	Консультация с агентом, обсуждение вариантов и составление плана работ.
Frontend 1	Оплата за услугу	<p>Пакет услуг по оценке и размещению квартиры на всех источниках + фотосет.</p> <p>Продажа услуги через повелительный диалог + кейсы / истории.</p> <p>Сама срочная срочная продажа / эксклюзив. Донести ценность продажи через эксклюзив, что работает компания. и заключение эксклюзива приравнивается и экспресс-продажи (платный пакет)</p> <p>Сложные ситуации при продаже. Предоставление услуги по оформлению ипотеки/ вступление в наследство/ узаконивание перепланировки</p>
Upsell	Оплата процентов по договору купли-продажи	<p>Подписание договора на подбор и последующую покупку жилья в престижном районе.</p> <p>“Решение проблемы”</p>
BackEnd	Оплата за услугу	Подписание договора на оказание услуг по продаже объекта.
Downsell	Оплата после подписания договора купли-продажи	Подбор более бюджетного жилья в другом, менее предпочтительном районе, но более выгодного по стоимости.

--	--	--

8. Экспресс-подбор квартиры за сутки

ВПВ	Бесплатно	<p>2 статьи на сайте:</p> <p>А) Подписка на новые обновления в базе.</p> <p>Б) Экспресс-покупка квартиры за 24 часа из базы</p>
Lead Magnet	Бесплатно	<p>Квиз-тест «Подбери квартиру за сутки, пройди опрос».</p> <p>Пост-опрос в социальных сетях.</p>
Tripwire	Бесплатно	Консультация с агентом, обсуждение вариантов и составление плана работ.
Frontend 1	Оплата за услугу	Предоставление услуги по ускоренное оформление ипотеки*(зависит от банка) / / страховка экономия
Upsell	Оплата процентов по договору купли-продажи	Подписание договора на подбор и последующую покупку жилья в престижном районе.
BackEnd	Оплата за услугу	Подписание договора на оказание услуг покупке объекта.
Downsell	Оплата после подписания договора купли-продажи	Подбор более бюджетного жилья в другом, менее предпочтительном районе, но более выгодного по стоимости.

Выводы

Для клиента по услуге юридическое сопровождение можно приравнять к безрисковой сделке, таким образом мы сразу отвечаем на боль клиента и вызываем у него доверие.

Оффер- Покупка или продажа квартиры с агентством "Свой Дом" - гарантия безрисковой сделки. Опыт более 8 лет. Сопровождение и проведение сделок от 3000р.

Услуга по предоставлению помощи в оформлении ипотеки лучше позиционировать с точки зрения выгода процентной ставки от нас как от партнера банка, что говорит о нашей надежности. Скорость оформления.

Оффер- Соберем все документы на ипотеку за тебя, останется лишь отметить новоселье.

Подберем для тебя самое выгодное предложение по ипотеке от наших банков-партнеров. С нами надежно! Получение ипотеки за 1 день! Поможем взять ипотеку без первого взноса. Ипотека без отказа.

Услуга по оценке недвижимости и подбору квартиры.

Оффер- Оценка объекта недвижимости за 3 часа, мы сэкономили нашим клиентам 100 млн, 10 000 оцененных объектов, до 50% снижаем налог.

Услуга КД00, мы предлагаем её назвать в формате "Быстрая продажа с оплатой за результат", прописав кейсы в формате "1-а комнатная квартиры на улице X, продана за 14 дней и стоимость 0 000 000 рублей". Добавить отзыв (видео/текст) к данному кейсу, так же прописать цель продажи, к примеру продал квартиру с целью улучшения своих жилищных условий, пока продавал квартиру была подобрана квартира 1,2,3-х комнатная на улице X (где собственно и хотел клиент) за 0 000 000 рублей с мебелью и ремонтов, клиент заехал сразу. Риелтор сторговался с 0 000 000, тем самым клиент совершил сделку с выгодой 150 000 рублей.

Для клиента на текущем моменте не понятна услуга Д00, мы предлагаем её назвать в формате "Быстрая покупка с оплатой за

результат”, прописав кейсы в формате “была подобрана квартира 1,2,3-х комнатная на улице X (где хотел клиент) за 0 000 000 рублей с мебелью и ремонтами, клиент заехал сразу. Риелтор сторговался с 0 000 000, тем самым клиент совершил сделку с выгодой 150 000 рублей”.

Для этого нужно использовать офферы/выгоды и точки касания:

1. Обменяй свою квартиру на квартиру мечты от 10 дней.
2. Новая услуга Traid In, быстрое решение жилищной проблемы за счет собственной базы объектов более 6 500 объектов и покупателей более 3 000 человек.
3. Кому-то хорошо и так, а можно поменять квартиру быстро.
4. Продадим вашу квартиру по максимальной цене, подберем новую квартиру по максимально выгодной для вас стоимости.
5. Акцент на выгоду от подхода профессионалов. Выгода срок, торг за покупателя.

Обязательно требуется записать видео в формате видеоподкаста в котором расскажем кейсы и механику оказания услуги.

Оформление будет максимально быстрым. Необходимым условием является наличие у покупателя необходимой суммы для проведения сделки.

Еще один механизм приобретения нового жилья – ипотека или кредит под залог новой квартиры. Получив кредит, приобретатель оформляет право собственности на новостройку. Затем он продает старую квартиру по рыночной цене и выплачивает займ, но уже с процентами.

Для данной услуги подходит:

1. Продвижение через соц.сети + таргет на свои целевые аудитории, с точки зрения: “А вы довольны своей квартирой?”, “Задумываешься о новой квартире, а продать старую не можешь?” “Оставь заботы по продаже на нас, вам только нужно собрать вещи, остальной переезд организуем мы!”

В соц.сетях показываем кейсы, отзывы, видеоролик объясняющий суть услуги.

Контекстная реклама:

1. Прямая реклама на продажу недвижимости
2. Прямая реклама на подбор и покупку недвижимости
3. Медийная сеть офферы на обмен, быструю продажу.
4. Медийная сеть офферы на помощь в оформлении ипотеки и сопровождении сделки с недвижимостью

Таргетированная реклама:

Все те же виды услуг, но к ним необходимо разработать продающие видеоролики 15 сек и запустить на аудиторию по гео и похожую на ту, что посещала ваш сайт и оставляла заявки.

На странице услуги требуется сделать квиз для оценки недвижимости клиента, который он заполняет, мы получаем заявку и даем оценку стоимости квартиры.

Для покупки делаем квиз на основе подбора квартиры, район, цена, кол-во комнат, бюджет и генерируем выгрузку из базы квартир.

На всех страницах услуг делаем акцент на быстром решение задачи клиента, подтверждаем через видеоролики и отзывы. Доносим экспертность за счет опыта и большой внутренней базы.

Задачи:

1. Доработка сайта.
2. Объединение основного сайта с сайтом-базой объектов.
3. Настройка таргетированной рекламной кампании.
4. Настройка контекстной рекламной кампании.
5. Синхронизация лендингов с вашей CRM системой, для получения понимания стадии где находится клиент, тем самым подготавливаем к ретаргетингу и увеличению конверсии в продажу на стадии уже взаимодействия клиента с компанией.
6. Настройка ретаргетинга таргетированной рекламной кампании и контекстной рекламы
7. Настройка Roistat с CRM-системой, чтобы понимать эффективность рекламных кампаний. Рекомендуем прокладку подключить в видео amoCRM, чтобы использовать функционал воронки продаж (Piper Line), тем самым можно автоматизировать:
 - рассылки с подборками
 - прогревать аудиторию отзывами
 - прогревать аудиторию персональными предложениями

- работать с клиентом через интернет-маркетинг на каждом этапе воронки продаж
- отправка смс/вотцап напоминаний