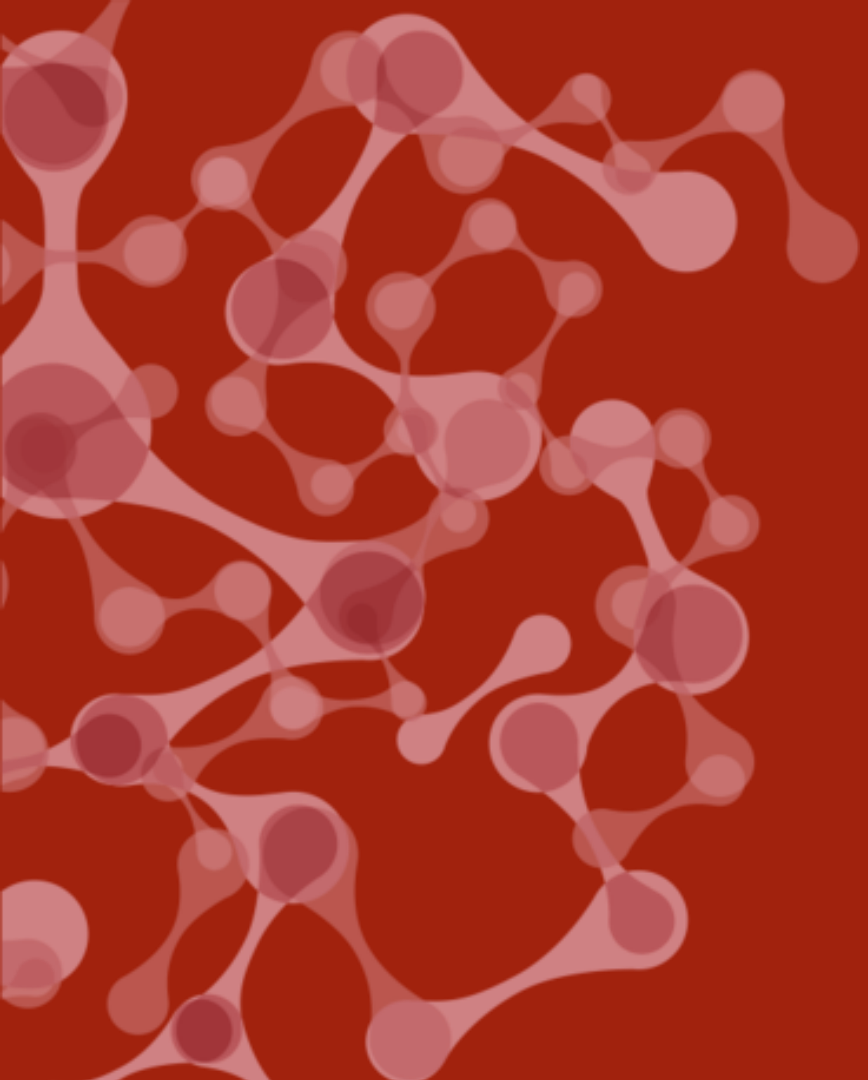


MARKETINGHUB

Продажи без продавцов

CRM DATA MARKETING

Оксана Дунина, Profitbase

Proestate 2017

Artsofte

Artsofte banking

ФРОНТАЛЬНАЯ ДБО ПЛАТФОРМА

Лучший интернет-банк РФ*

*интернет-банк Бинбанк по версии MarksWeb

TradeDealer.ru

Digital-платформа для автодиллеров.

За 2016 год – через online-шоурумы платформы реализовано автомобилей на 29 млрд. рублей.

50 000 новых авто в стоке – realtime по РФ.

Profitbase

Платформа для автоматизации маркетинга и продаж в недвижимости.

6 стран СНГ.

0,6 млн квартир в стоке realtime.

Profitbase

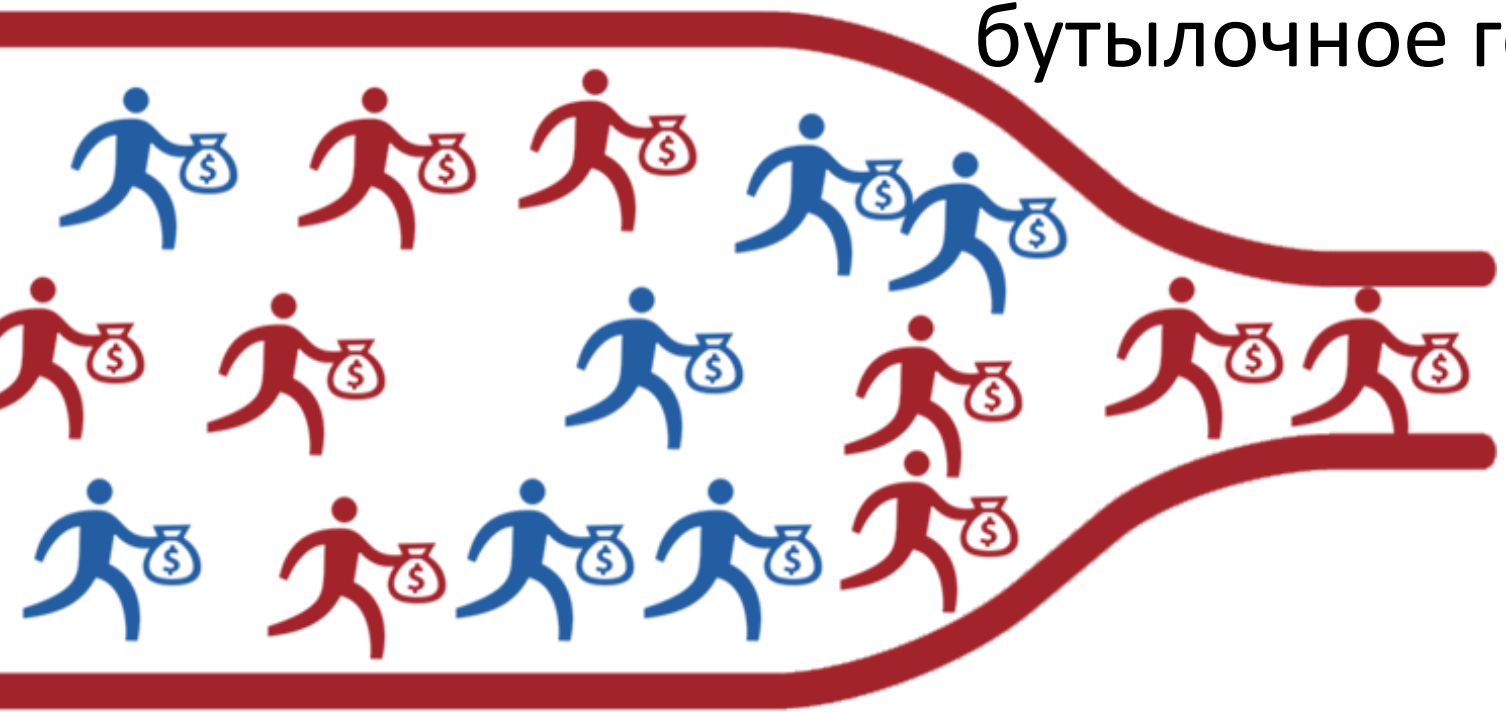
#1 разные роли – разные цели

максимальный потенциал

выполнить план

получить зарплату

#2 отдел продаж – бутылочное горлышко



105

самых крупных застройщиков страны

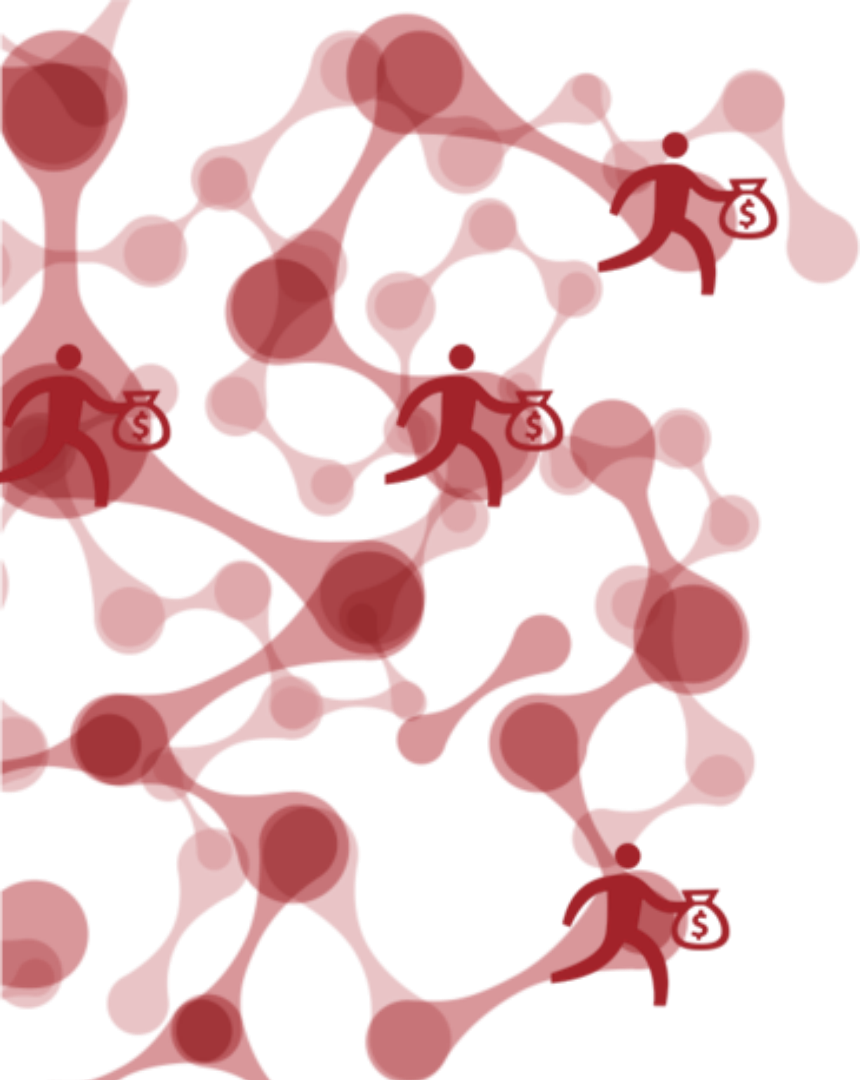
Исследование отдела продаж

20	Москва
10	Мск. Область
10	Санкт-Петербург
5	Новосибирск
5	Екатеринбург
5	Нижний Новгород
5	Казань
5	Челябинск
5	Омск
5	Самара
5	Ростов-на-Дону
5	Уфа
5	Красноярск
5	Пермь

Легенда для звонка

- Покупаем 3-к квартиру
- Покупку планируем через 1-2 месяца
- Активно интересуемся параметрами жилья
- Договариваемся на встречу:
  - 1 тайный покупатель – через **НЕДЕЛЮ**
  - 2 тайный покупатель – через **МЕСЯЦ**

неделя	месяц
46% точно в срок	21% точно в срок
32% не вовремя	13% не вовремя
22% не перезвонили	66% не перезвонили



Digital-коммуникации на базе crm-data

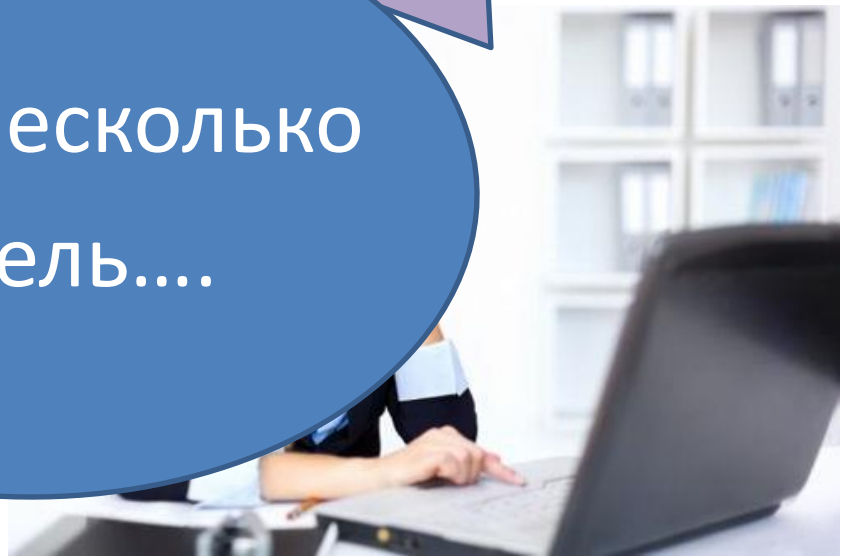
Алёё,

А сколько вас стоит квартира?

Через несколько недель….

Приветики,

Всего 10 лямов!

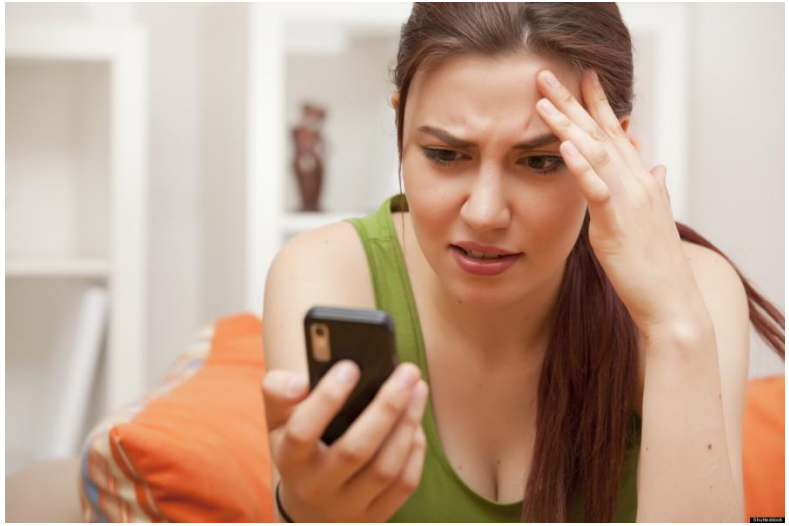


Узнаю-ка,

когда принесет деньги

Блин, я только через 5 лет накоплю.

Запарили звонить…



Главная > Сценарии > Холодные ипотечники

Холодные ипотечники, 3к кв

Планировки для людей от Лось Строй Монтаж

Главная > Сценарии > Холодные ипотечники

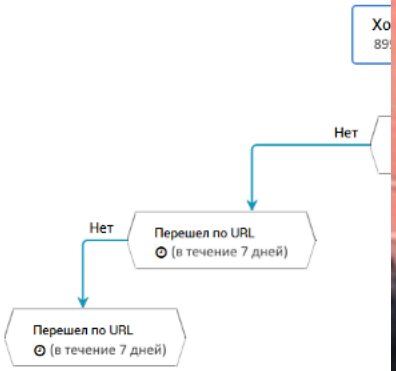
Холодные ипотечники, 3к квартиры

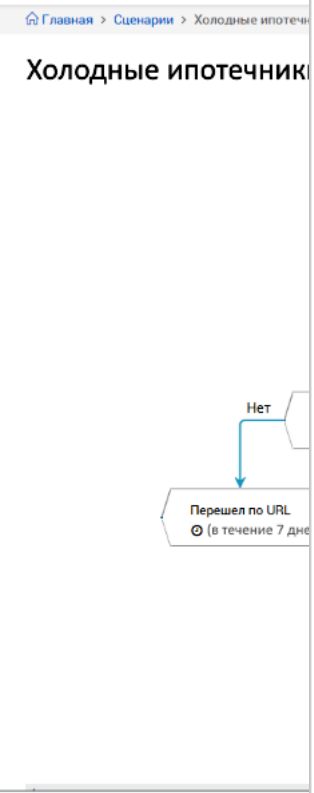
Нет

Перешел по URL
(в течение 7 дней)

Главная > Сценарии > Холодные ипотечники

Холодные ипотечники, 3к квартиры





Яндекс Почта Контакты Календарь Написать

Как ваши успехи? Экскурсия в Лось Парк

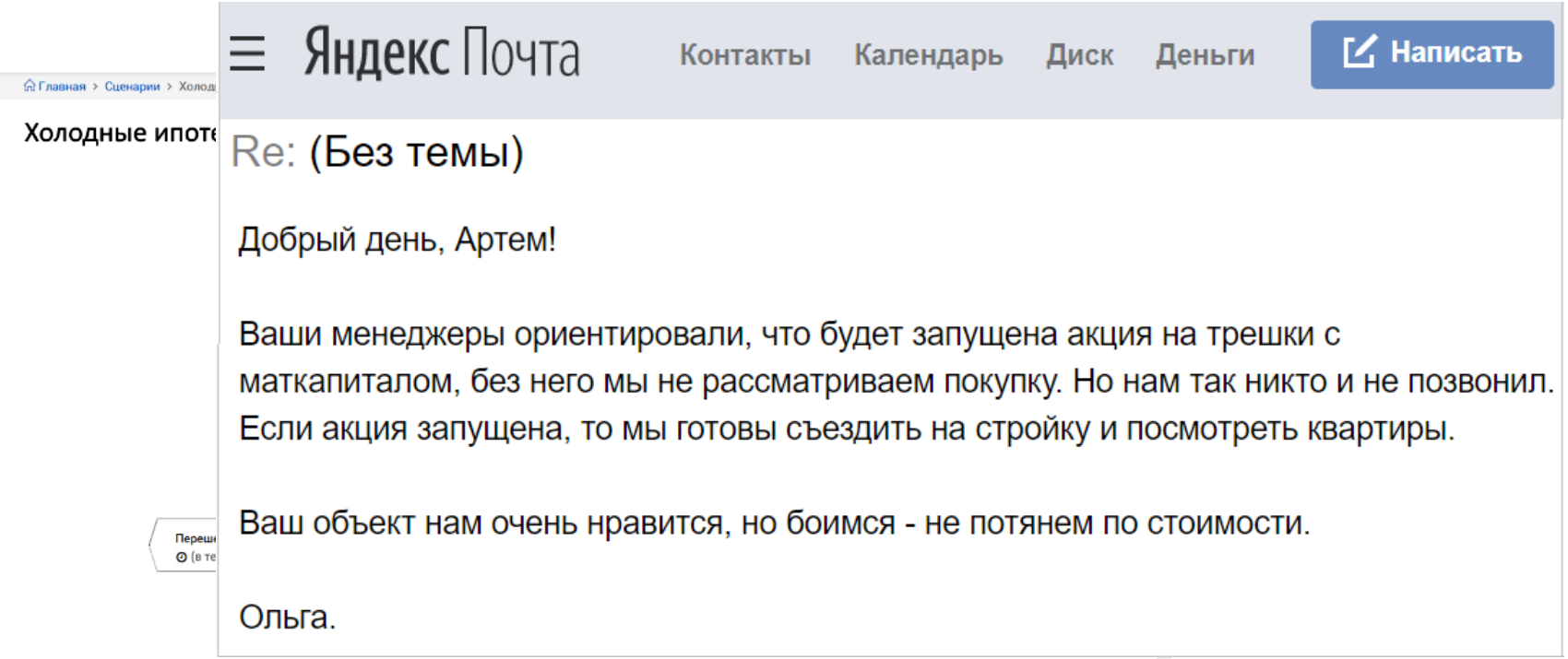
Добрый день, Ольга!

Месяц назад вы оставляли заявку на трехкомнатную квартиру в Лосином парке, но как я вижу до сих пор не посетили объект.
Хочу предложить вам индивидуальную экскурсию на стройку? Мы проведем вас по стройке и выпьем чаю в трехкомнатной квартире с прекрасным видом на парк
Скажите, удобно ли вам на следующей неделе?

Вы всегда можете писать лично мне на адрес a.lesnikov@los-park.ru или звоните по телефону 8-800-222-79-89.

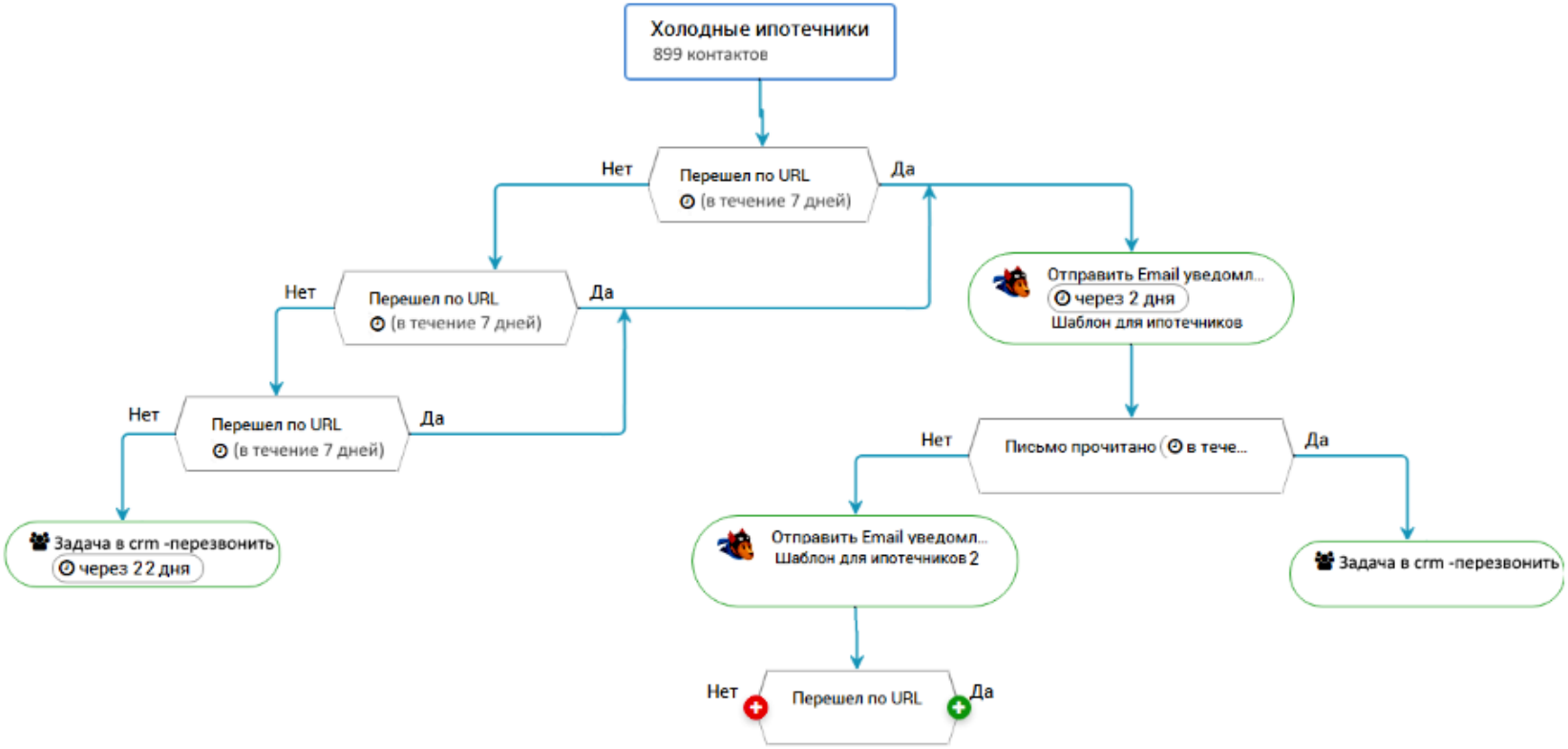
Хорошего дня!

Артём Лесников, компания Лось парк
тел. +7 343 238-02-74
a.lesnikov@los-park.ru


Яндекс Почта
Контакты
Календарь
Диск
Деньги
Написать
Re: (Без темы)
Добрый день, Артем!
Ваши менеджеры ориентировали, что будет запущена акция на трешки с маткапиталом, без него мы не рассматриваем покупку. Но нам так никто и не позвонил. Если акция запущена, то мы готовы съездить на стройку и посмотреть квартиры.
Ваш объект нам очень нравится, но боимся - не потянем по стоимости.
Ольга.

Холодные ипотечники, 3к квартиры

Включено



Отраслевой кейс (срок подогрева 6 мес)

- 30 000 контактов в CRM.
- На «подогрев» отреагировало 7% (2100 шт) клиентской базы.
- До сделки дошло 0,42% (126 шт) «отказников».
- Ср. стоимость квартиры 8 500 000 руб.
- Profit 1 071 000 000 руб.

Что нужно, чтобы это заработало?

1. Сегментировать клиентскую базу
2. Триггеры принятия решения и цели для каждого сегмента
3. Подготовить сценарии
4. Запустить, анализировать, корректировать

#1 сегментация

Вы знаете кто ваш покупатель?

Основная часть ЦА – молодые семьи 25-35 лет со средним доходом. Зачастую приобретают жилье с привлечением ипотечных средств. Часто выбором квартиры занимается женщина.

Меньше жилье эконом и стандарт класса приобретают одинокие мужчины, либо одинокие женщины +женщины с ребенком (35-40 лет), также с привлечением ипотечных средств.

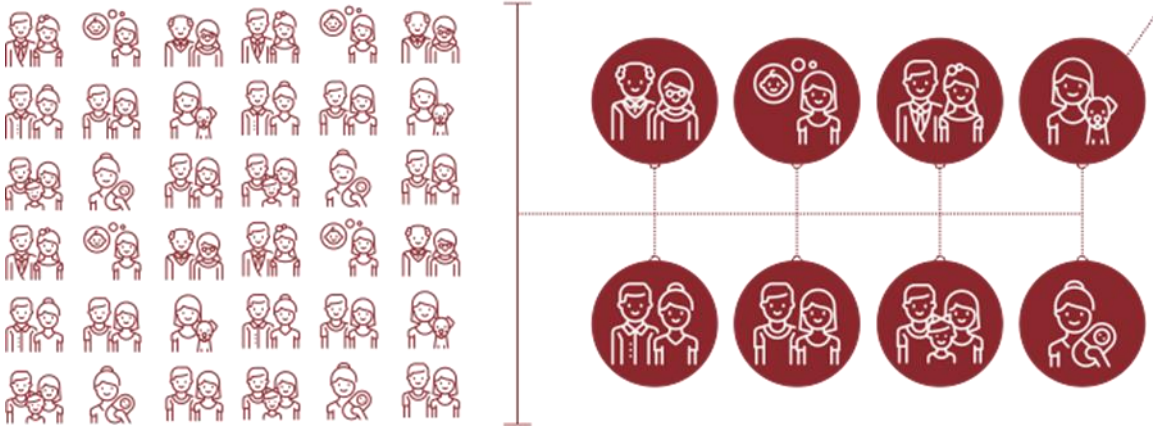
Часть аудитории от 35 лет покупают жилплощадь для своих родителей. Многие из этих покупателей уже являются нашими клиентами (например купили квартиру для себя).

И небольшая часть покупателей от 40 лет, которые приобретают квартиру для подрастающих детей или для улучшения жилищных условий.

И очень незначительная часть вкладывают в недвижимость свои инвестиции.

Вы знаете кто ваш покупатель?

#1 Сегментируйте!



ЖК с площадкой для выгула собак

Купить

Типы сегментов

ГЛОБАЛЬНЫЕ

- этап коммуникации
- объект
- семейное положение
- финансирование
- наличие вторички
- цели приобретения
- и тп.

СИТУАЦИОННЫЕ

- акции
- спецпредложения

Как создается сегмент

Всех клиентов из crm фильтруем по параметрам:

- этап сделки
- поля в сделке/лиде/заявке
- поля в карточке клиента

Сегмент: греем встречи, 2–3к, Тушкино

Название* Сегмент - Показ ЖК, 2-3 комн, ипотека Сбер

Контакты

Источник* Сделки

Этапы сделки Воронка "Воронка": Показ/Встреча ×

Фильтр по полям
- Если поле **ЖК** Равно **Тушкино** ×
- Если поле **Количество комнат** Равно **2 ИЛИ** Равно **3** ×
- Если поле **Платеж** Равно **ипотека Сбербанк** ×

Найдено сделок: **893** Email: **739** Телефонов: **1202**

Связь сегмента с аудиториями

Добавление контактов сегмента в аудитории рекламных площадок

ЖТТ отказники × | ТТ Сегмент - отказники × | ТТ отказники × | + Добавить в аудиторию

Примеры ситуационных сегментов

Акция – ипотека от Сбербанка 3%

Условия сегмента:

- все клиенты на этапах до «получение ипотека»
- + клиенты на этапе «отказ»
- у которых есть отметка «квартира в ипотеку»

Примеры ситуационных сегментов

Акция – скидка на 3х комнатные квартиры

Условия сегмента:

- все клиенты на этапах до «оформление документов»
- у которых есть отметка «3х комнатная квартира»
- или нет информации об объекте
- или в семье больше 1 ребенка

Примеры глобальных сегментов

Условия для сегментов по формату оплаты:

1. Не определившиеся с форматом оплаты
2. Ипотечники
3. Рассрочка
4. Trade In
5. Маткапитал

Примеры глобальных сегментов

1. Не определившиеся с форматом оплаты
2. Ипотечники + до этапа «встреча»
3. Рассрочка + до этапа «встреча»
4. Trade In + до этапа «встреча»
5. Маткапитал + до этапа «встреча»
6. Ипотечники + после этапа «встреча»
7. Рассрочка+ после этапа «встреча»
8. Trade In + после этапа «встреча»
9. Маткапитал + после этапа «встреча»

Типы каналов коммуникации

- реклама (баннеры, тизеры, видео)
- email-рассылки
- мессенжеры
- sms
- ~~голосовые информаторы~~ ЗЛО!!!!

Размер сегмента имеет значение!

Размеры аудиторий для рекламных сетей

Facebook.com – от 30 контактов (телефон и email)

vk.com – от 100 контактов (телефон и email)

Google AdWords – от 100 контактов (email)

Яндекс Аудитории – от 1 000 (телефон либо email)

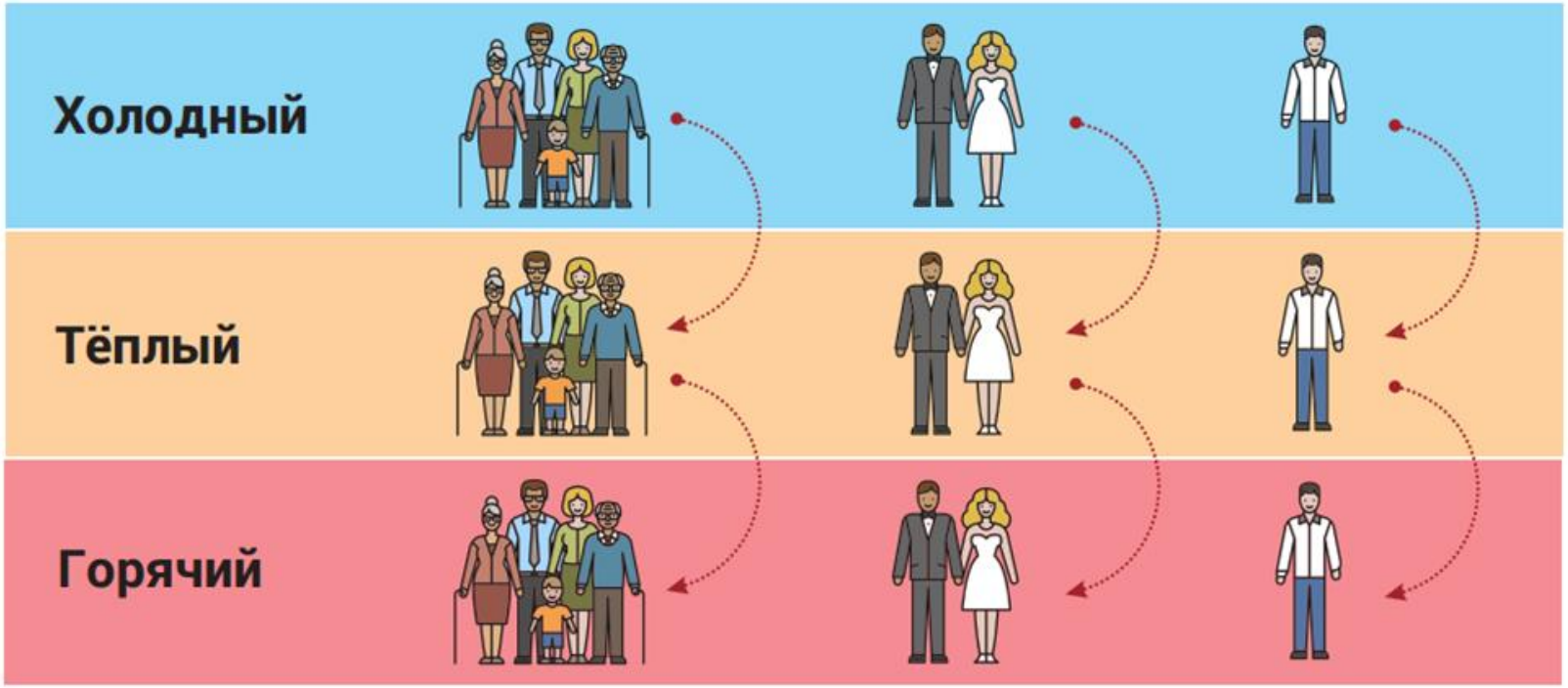
MyTarget – от 5 000 (телефон либо email)

#2 триггеры принятия решения и цели для каждого сегмента

Триггеры принятия решения

- Ограничения клиента
- Ценности клиента
- Ценности, которые несет ваша компания

Рассматривайте сегмент в динамике



#2шаг Триггеры принятия решения

Холодный		**Планировка** **Инфраструктура**
Тёплый		**Вариант оплаты** **Сбыт вторички**
Горячий		**Репутация застройщика**

Главная цель – вовлечение и продолжение коммуникации

- Туры по району
- Туры на шоурум
- Дни открытых дверей
- Партнёрское предложение (Агентства)
- Персонализированные планировки и меблировка
- Email-дайджесты
- Сообщества соседей
- Ипотечные консультанты…

Типы коммуникации

От имени бренда:

- реклама
- email-рассылки
- sms и мессенджеры

От имени сотрудника:

- email-рассылки «как дела»?

Обратная связь от клиентов

- На каком этапе принятия решения находятся
- Почему они не купили
- У кого из конкурентов купили
- Как отработал заявку отдел продаж
- Почему выбрали именно наш объект

Кейсы online-to-offline вовлечения

Смарт-каталог Profitbase

+ 3D/VR от Planoplan

Аксиома — I Секция

Екатеринбург, Свердловская область Срок сдачи II квартал 2018 1 II квартал 2018 ...

ОТДЕЛ ПРОДАЖ
8 800 222 79 89

КОЛ-ВО КОМНАТ

Студия | 1 | 2 | 3 | Св. планировка

СТОИМОСТЬ, ₽

от 2 280 000 до 4 900 000

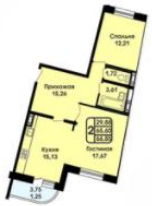
Еще

Найдено **316** квартир. Из них свободно: **304**

Вид с ул. Солнечной | Вид с ул. Одоевского

© 2016 Profitbase.

ПРИ РАЗОВОЙ ОПЛАТЕ %



Посмотреть на плане этажа

Заявка на квартиру

3D

Свободно

Стоимость продажи	**3 290 000** ₽ 52 691 ₽/м²
-329 000 ₽ по акции При разовой оплате	**2 961 000** ₽ 47 422 ₽/м²
Номер квартиры	№ 179
Этаж	20

Аксиома — I Секция

Екатеринбург, Свердловская область Срок сдачи II квартал 2018 1 II квартал 2018 ...

ОТДЕЛ ПРОДАЖ
8 800 222 79 89

КОЛ-ВО КОМНАТ

Студия | 1 | 2 | 3 | Св. планировка | Еще

ВИД

Фасады

Найдено **316** квартир. Из них свободно: **304**

Вид с ул. Солнечной | Вид с ул. Одоевского

© 2016 Profitbase.

7 этаж

Открыть план этажа

В продаже: 16 квартир

1к
2 560 000 ₽
№ 25 42.50 м² – 60 235 ₽/м²

2к
3 652 000 ₽
№ 26 71.20 м² – 51 292 ₽/м²

2к
3 380 000 ₽

КОЛ-ВО КОМНАТ

Студия | 1 | 2 | 3 | Св. планировка

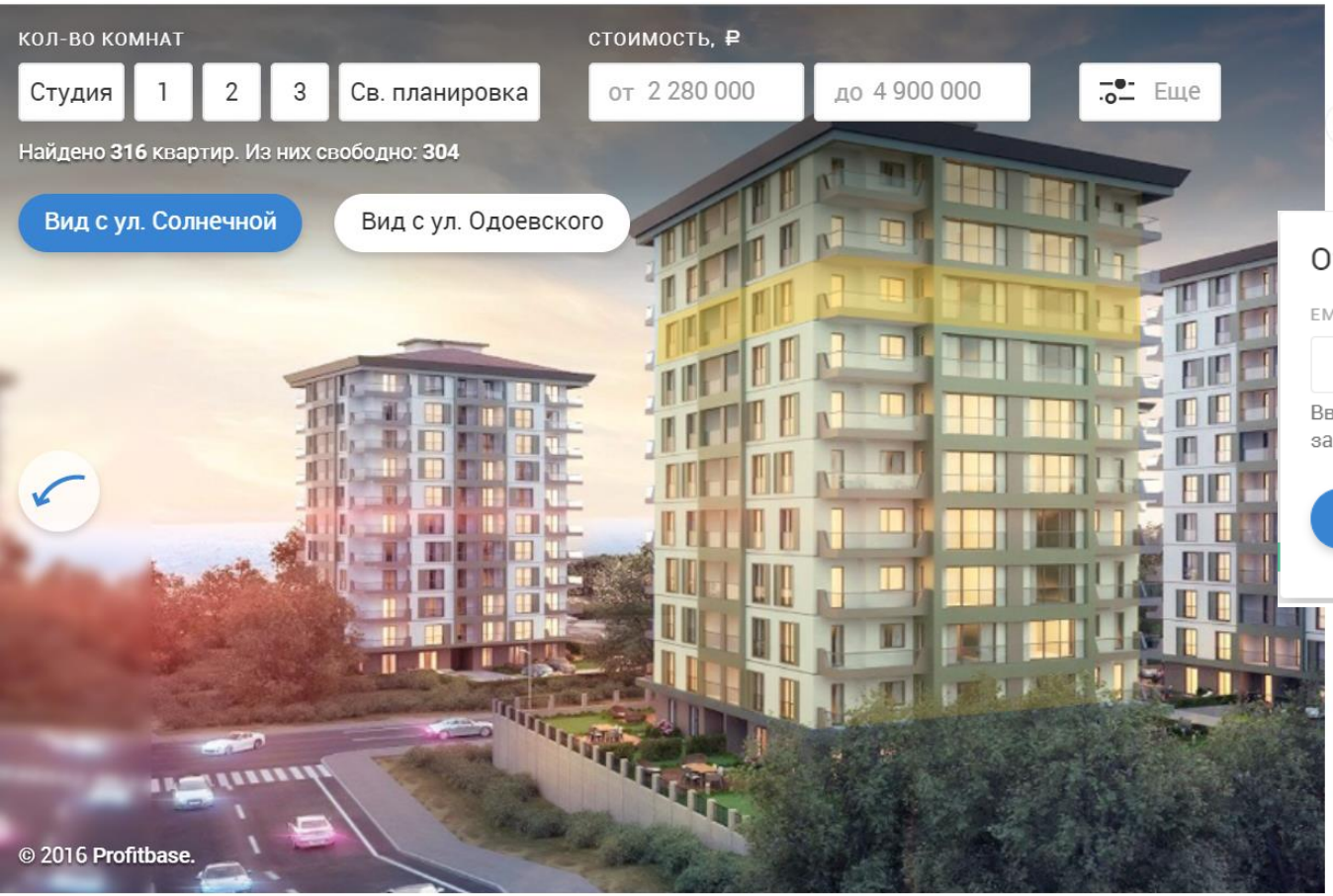
СТОИМОСТЬ, ₽

от 2 280 000 до 4 900 000

Еще

Найдено **316** квартир. Из них свободно: **304**

Вид с ул. Солнечной | Вид с ул. Одоевского



© 2016 Profitbase.

ПРИ РАЗОВОЙ ОПЛАТЕ %

Отправить на почту

EMAIL *

Введите один или несколько email через запятую

Отправить

Стоимость продажи	**3 290 000** ₽ 52 691 ₽/м²
-329 000 ₽ по акции При разовой оплате	**2 961 000** ₽ 47 422 ₽/м²
Номер квартиры	№ 179
Этаж	20

Аксиома — I Секция

Екатеринбург, Свердловская область Срок сдачи II квартал 2018 1 II кв...

ОТДЕЛ ПРОДАЖ

8 800 222 79 89

План Вид сверху 3D-вид 3D-360° Виртуальный тур

Планоплан™

Отправить в телефон

План Вид сверху 3D-вид 3D-360° Виртуальный тур

Закачайте квартиру в свой смартфон!

Отсканируйте данный QR-код с помощью мобильного приложения «Planoplan GO!»

Приложение доступно в Google Play и App Store

#4 сценарии

ПРОДАЖИ (CRM)

- Клиенты
- Сделки
- Задачи
- Уведомления
- Этапы

МАРКЕТИНГ

- Контекстная
- Медийная
- Нативная
- Email
- SMS

Помните про интимные зоны

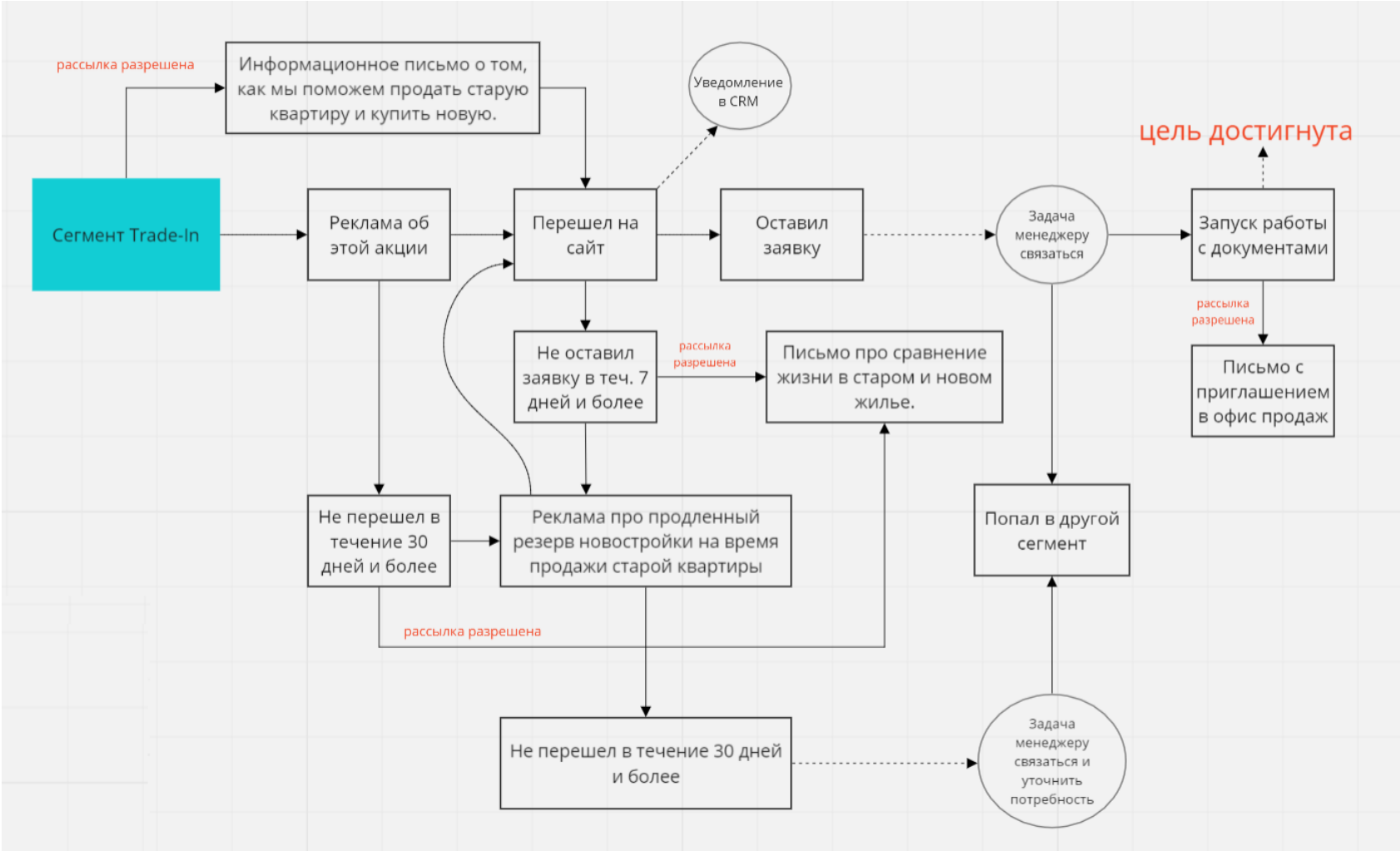
- Чем более «персонализирована» коммуникация, тем больший негатив может вызвать ошибка или сам факт коммуникации.

- Данные в crm должны быть актуальными и корректными – это должны понимать продавцы.

Примеры ситуационных сценариев

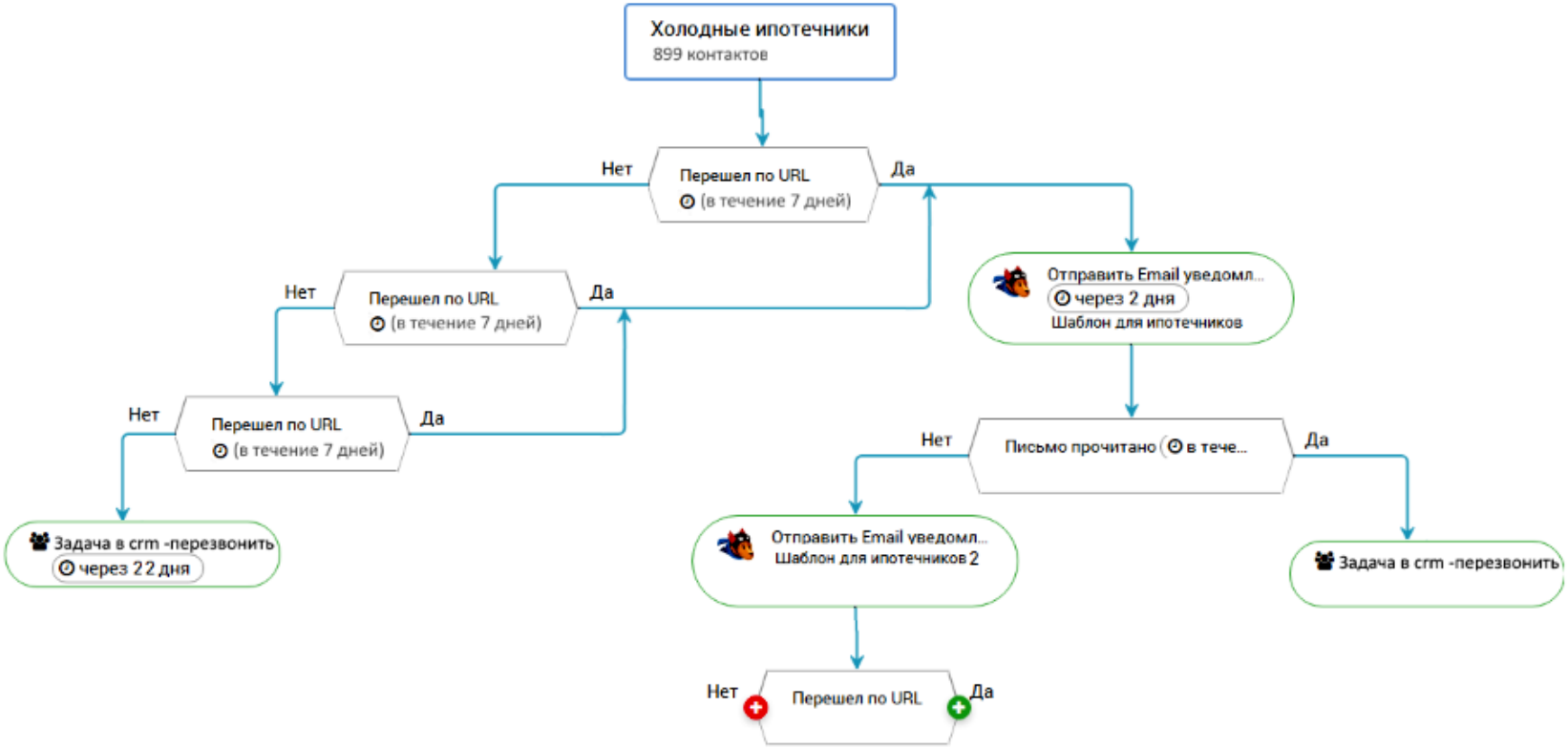
- Акция: ипотека от Сбербанка 3% для ЖК
- Сегмент: все клиенты на этапе до «ипотеки», которые обозначили, что им нужна ипотека.
- Цель сценария: получить заявку на расчет ипотеки.
- Инструменты: реклама ведущая на калькулятор ипотеки/рассылка с калькулятором/лендинг с описанием акции.

рассылка разрешена
Письмо всем об этой акции
Уведомление в CRM
Сегмент "Ипотека от Сбербанк 3%"
Реклама об этой акции
Перешел на сайт
Оставил заявку
Запуск работы с документами
цель достигнута
Не перешел в течение 10 дней и более
Не оставил заявку в теч. 7 дней и более
Задача менеджеру связаться
Перешел в сегмент "Ипотечники. Помощь"


рассылка разрешена
Информационное письмо о том, как мы поможем продать старую квартиру и купить новую.
Уведомление в CRM
цель достигнута
Сегмент Trade-In
Реклама об этой акции
Перешел на сайт
Оставил заявку
Задача менеджеру связаться
Запуск работы с документами
рассылка разрешена
Письмо с приглашением в офис продаж
Не оставил заявку в теч. 7 дней и более
рассылка разрешена
Письмо про сравнение жизни в старом и новом жилье.
Не перешел в течение 30 дней и более
Реклама про продленный резерв новостройки на время продажи старой квартиры
Попал в другой сегмент
рассылка разрешена
Не перешел в течение 30 дней и более
Задача менеджеру связаться и уточнить потребность

Холодные ипотечники, 3к квартиры

Включено



Технические вопросы

- Рекламные кампании должны быть размечены utm-метками
- Должен использоваться динамический call tracking
- Должен быть установлен MH tracking script

Matching пользователей

#4 запускаем, анализируем, корректируем

Условия успеха

1. CRM, которая работает
2. 100% вовлеченность: маркетинг, продажи, it
3. Digital – готовность (ресурсы и бюджет)
4. Снять показатели перед запуском (конверсия из этапа в этап)

Оксана Дунина, Profitbase
+7 (953) 606-17-74
o.dunina@profitbase.ru
facebook.com/oxana.dunina