



Репутация застройщика – как и где теряются деньги

Виктор Юров

DIGITALизация воронки продаж



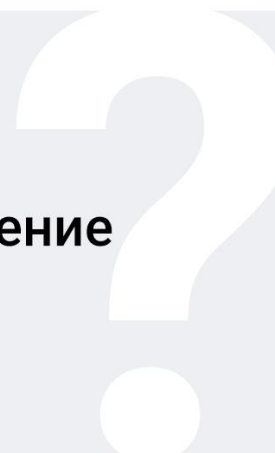
Интерес

Рассмотрение

Желание

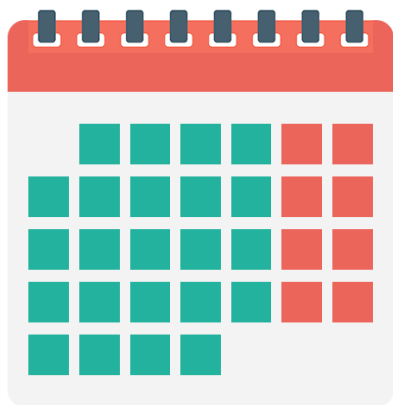
Визит в офис продаж

Анализ и сравнение



Покупатели тратят на поиск и подбор квартиры в новостройке от 2 до 6 месяцев

Онлайн-путь покупателей квартир в процессе выбора, 2017



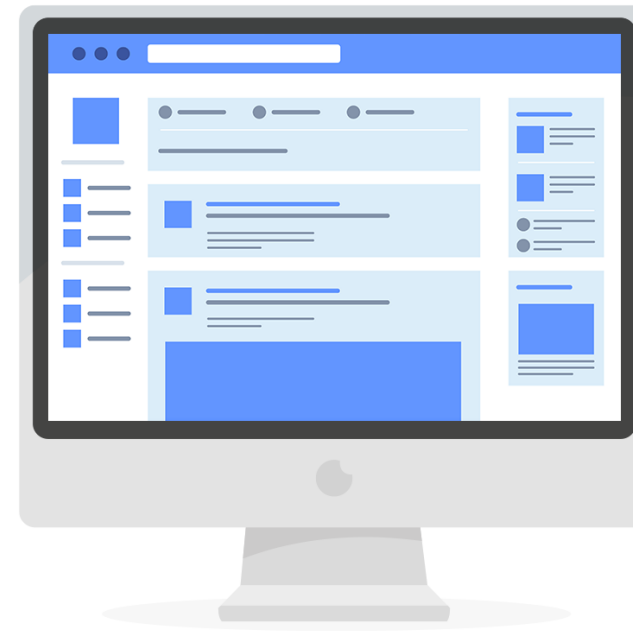
Среднее количество
активных дней онлайн

60



Среднее количество
чистого времени онлайн

16ч 50мин



Среднее количество
посещенных веб-сайтов

11

База: те, кто купили квартиру, n=150

Источник: Nielsen, Google, Исследование «Онлайн-путь к покупке недвижимости», 2017

Треть покупателей читает отзывы, обзоры и статьи, запрашивает рекомендации онлайн

Доля покупателей квартир, искавших информацию по ее категориям, по результатам опроса, 2017



База: те, кто купили квартиру и искал информацию в Интернете, n=109

Вопрос: Q18b. Вспомните, пожалуйста, какую информацию Вы искали/смотрели в Интернете, когда искали информацию о квартире, выбирали и принимали решение о покупке?

Источник: Nielsen, Google, Исследование «Онлайн-путь к покупке недвижимости», 2017

Кейсы

Дом-призрак



PROESTATE®

Проблема

Подконтрольный ЖК находится вблизи заброшенной стройки

Решение

- Работа с форумами, сайтами-агрегаторами, социальными сетями, SERM и видео
- Ренейминг объекта с последующей отстройкой от «долгостроя»

Результат

+35%

количество визитов в отдел продаж

Органический недозвон



Проблема

Снижение «звездного рейтинга» застройщика на «визитке» выдачи поисковых систем ниже 3,8 привело к снижению целевых входящих звонков с органики на 12%

Решение

- Коммуникация официальных представителей компании в комментариях к отзывам
- Набор рейтинга за счет публикации новых положительных отзывов

Результат

Увеличение количества органических звонков

Ждем вас на стенде 31

Бесплатный репутационный аудит
всем участникам конференции



Спасибо за внимание!

+7 961 684 79 74

v.yurov@socmediamarketing.ru

f socmediamarketing

@socmediamarketing

socmediamarketing.ru

