

## Три-П лайфхаки

- ✓ **Превосходный маркетинг**
- ✓ **Продажа дорогой услуги**
- ✓ **Предоплата**

# Кто я?

- Риэлтор Century 21 Юго-Запад, бизнес-тренер.
- Провела 52 аукциона. Веду телеграм-канал для риэлторов <https://t.me/Ulitskaya>.
- Оратор-мотиватор. Мотивирую достигать цели.
- Книжный сомелье.
- Пишу книгу, создаю благотворительный фонд.

# Развитие риэлторских компетенций

Превосходный маркетинг



Продажа дорогой услуги



Предоплата

# 250 инструментов привлечения покупателей

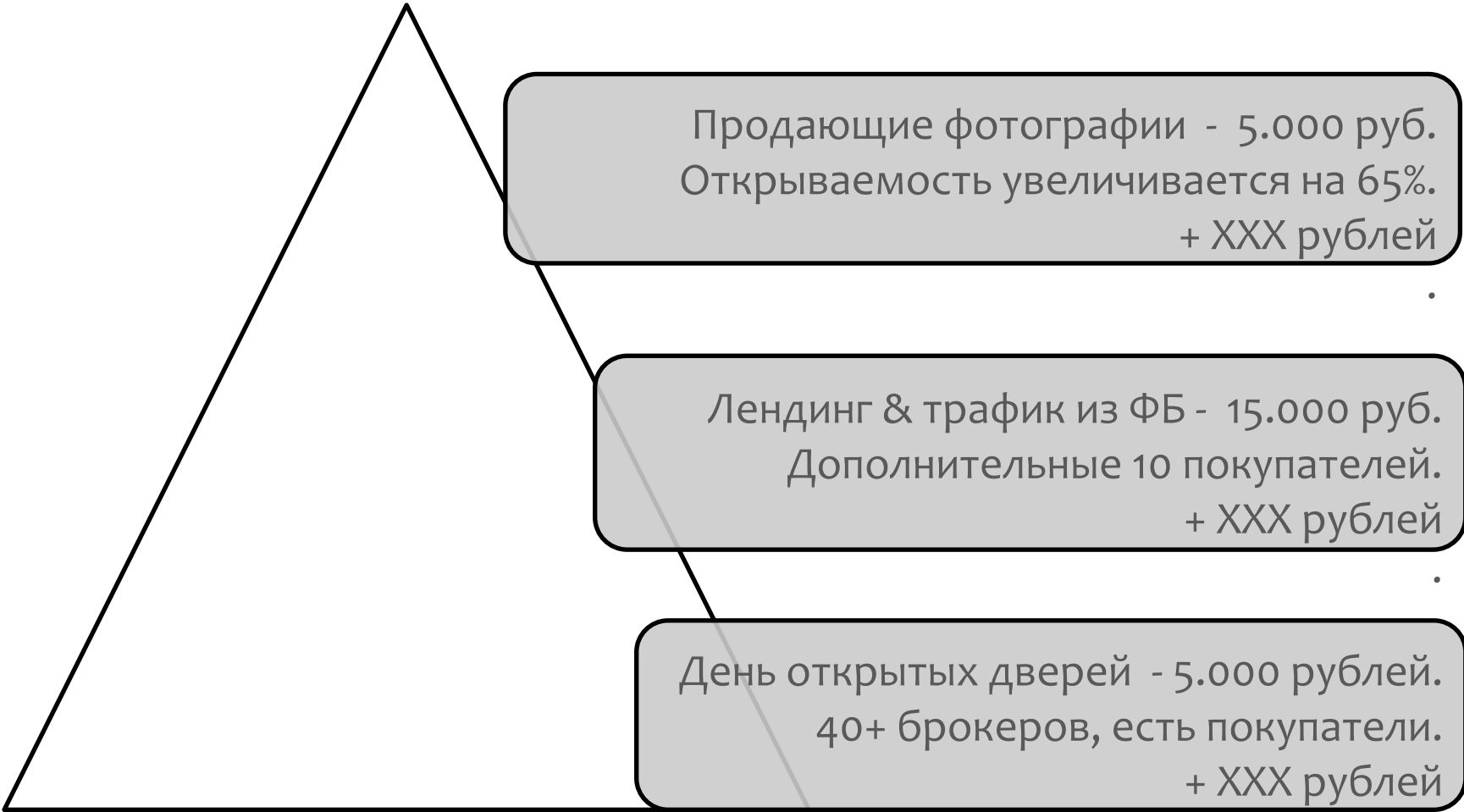
№ п/п	Наименование маркетингового инструмента
1.	Изучение на рынке от 10 похожих вариантов для определения правильной начальной цены и концентрации спроса
1.	Составление списка особых характеристик данного объекта с целью написания продающего объявления для привлечения максимального числа покупателей и агентов
1.	Написание продающих текстов для разных видов рекламы
1.	Составление рекомендации по предпродажной подготовке
1.	Выезд дизайнера
1.	Профессиональная фотосъемка
1.	Эд Тур
1.	Создание сайта-визитки - лэндинг
1.	Продвижение сайта- визитки
1.	Создание видеоролика для продвижения объекта в youtube и других соцсетях
1.	Размещение рекламы квартиры на 120 площадках постоянного пребывания потенциальных соискателей недвижимости
1.	Размещение рекламы на порталах century21
1.	Размещение рекламы в соц. Сетях, тематических группах и форумах, где потенциальные покупатели могут искать квартиру
1.	Размещение презентации объекта в своей локальной группе ключевых людей в районе - геотаргетинг
1.	Рассылка презентации объекта агентам работающих в century 21, посредством электронной почты
1.	Vip размещение объявления с продающим текстом на авито (... дней)
1.	Vip размещение объявления с продающим текстом на циан (... дней)
1.	Пакетное размещение объявления на площадках zipra (...дней)
1.	Рассылка приглашения агентам для привлечения покупателей
1.	Обратная связь с каждым извещенным агентом в тот же день
1.	Приглашение к сотрудничеству агентов, работающих в этом и аналогичных комплексах
1.	Связь с потенциальными покупателями, для получения от них рекомендации или информацию о потенциальных покупателях, в течение всего срока экспозиции
1.	Извещение личной клиентской базы
1.	Оповещение объектов инфраструктуры в районе о продаже объекта
1.	Печать и размещение баннеров и объявлений продается
1.	Изготовление макета листовки формата a5
1.	Печать листовок в цвете на глянце (формат a5 )
1.	Раскладка листовок под дворники авто в районе
1.	Расклейка листовок в районе цао
1.	Раскладка глянцевой презентации в почтовые ящики элитных жк
1.	Изготовление ролapa
1.	Размещение ролapa в тц, фитнесцентре, другое
1.	Проведение «дней открытых дверей» для агентов с покупателями и покупателей (указаны расходы на представительские расходы, вода, печенье, салфетки, скатерти...)
1.	Создание макета продающей презентации объекта для рассылки покупателям, агентам
1.	Рассылка презентации объекта контрагентам рф 10.000 человек
1.	Дополнительная реклама (если понадобится) на территории
1.	Рассылка по базе покупателей агентства
	ВСЕГО 250 ПУНКТОВ

# Четыре блока маркетинговых инструментов

1. Упаковка.
2. Онлайн-реклама.
3. Партнерские продажи.
4. Оффлайн-маркетинг.  
Нестандартные  
способы привлечения  
покупателей.



# Продажа ценности риэлторской услуги



Продающие фотографии - 5.000 руб.  
Открываемость увеличивается на 65%.  
+ XXX рублей

Лендинг & трафик из ФБ - 15.000 руб.  
Дополнительные 10 покупателей.  
+ XXX рублей

День открытых дверей - 5.000 рублей.  
40+ брокеров, есть покупатели.  
+ XXX рублей

# Основной месседж



100% предоплата на  
маркетинг.

Обязанности перед  
клиентом – после  
внесения предоплаты.



# Финансирование собственником маркетинга

1. Собственник дает деньги на рекламу, потом вычитает их из комиссионных.
2. Обязанность заказчика – поэтапно предоплатой оплатить совместно утвержденную рекламу.

# Технология (действуем по скриптам)

## 1. Первая встреча:

- ✓ выяснение мотивации;
- ✓ презентация услуги;
- ✓ демонстрация примеров рекламных инструментов и их эффективности;
- ✓ назначение второй встречи.

## 2. Разработка маркетингового плана по конкретному объекту.

## 3. Вторая встреча:

- ✓ отработка возражений, обсуждение комиссионных;
- ✓ обсуждение маркетингового плана;
- ✓ продажа идеи финансирования рекламы собственником;
- ✓ корректировка маркетингового плана.

## 4. Подписание эксклюзивного договора.

## 5. Начало работы после получения предоплаты.

# Основные возражения

1. Никто не берет на рекламу, только вы. Статистика.

2. Какие гарантии – гарантии чего?

А) Пойдут ли деньги на рекламу? (отчеты и чеки).

Б) гарантии, что объект продастся? Этого я гарантировать не могу. Гарантия – ваше желание продать. Я могу только найти покупателя с максимальной ценой. Устроит она вас или нет - ваше решение.

3. Зачем платить вам, если любой возьмет и продаст без денег?

А) Можно и не платить, если вас не интересует результат.

Б) Вы мне не платите, вы даете деньги на рекламу вашего объекта с возвратом денег из комиссионных (фактически реклама происходит за мой счет).

# Чек-лист маркетингового плана на 2 недели

Наименование работ	Исполнитель	Сложность	Длительность	Стоимость, рублей
День 1				
Фото дома и прилегающей территории. Рекомендации по предпродажной подготовке квартиры	фотограф	Средняя	4:00:00	5.000
Составление маркетингового плана продажи	агент	Средняя	2:00:00	1.000
Составление аватаров потенциальных покупателей	агент	Средняя	1:00:00	1.000
Отбор ключевых фраз	агент	Низкая	00:30	500
Написание продающего текста	агент\копирайтер	Средняя	2:00:00	1.500
Написание текста для e-mail и смс-рассылки клиентам и партнерам	агент	Средняя	00:30	500
Рассылка текста для e-mail и смс-рассылки клиентам и партнерам	помощник	Низкая	2:00:00	500
Рассылка информации риэлторам о продаже объекта на 18.000 адресов	помощник	Средняя	2:00:00	1.800
Написание плана презентации	агент	Низкая	1:00:00	500
Консультация по хоумстейджингу. Составление плана предпродажной подготовки.	дизайнер	высокая	1:00:00	6.000
Итого			15:00:00	18.300

# Почему большинство не берет денег на рекламу?

1. Не пробуют.
2. Не знают, как делать.
3. Привыкли работать по старинке.
4. Не умеют продавать экспертизу и услугу.
5. Не умеют работать с возражениями.

Светлана Улицкая

E-mail: [s.ulitskaya@mail.ru](mailto:s.ulitskaya@mail.ru)

Фейсбук <https://www.facebook.com/ulitskaya>

Телеграмм <https://t.me/Ulitskaya>

Инстаграмм [s.ulitskaya](https://www.instagram.com/s.ulitskaya)