


# КАК РАБОТАТЬ С НЕГАТИВОМ И СОЗДАВАТЬ ЛОЯЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА ЖИЛЬЦОВ В СОЦ.СЕТЯХ

Если не можешь запретить безобразию  
– возглавь его!

# ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

## «Идеальный» цикл жизни группы ЖК



I этап – старт продаж

II этап – сдача дома, заселение

III этап –  
эксплуатация дома

# I этап – старт продаж

## Цели:

- ✓ Реклама ЖК в соц. сетях, создание позитивного неформального имиджа объекта
- ✓ Информирование потенциальных покупателей о преимуществах ЖК и локации, новостях ЖК и строительства
- ✓ Ответы на вопросы, общение с потенциальными покупателями
- ✓ Постпродажное обслуживание и информирование
- ✓ Создание сообщества жильцов в контролируемом пространстве
- ✓ Воспитание адвокатов бренда

# I этап – старт продаж

Рекомендуемый статус:  
**Открытая группа**

Степень важности канала:  
**Низкая**

Заинтересованная организация:  
**Застройщик**

Заинтересованность участников группы:  
**Низкая**

## II этап – сдача дома, заселение

### Цели:

- ✓ Работа с дольщиками, ответы на вопросы
- ✓ Канализация неизбежного негатива
- ✓ Мониторинг ситуации
- ✓ Воспитание адвокатов бренда

## II этап – сдача дома, заселение

Рекомендуемый статус при  
окончании продаж:  
**Закрытая группа**

Рекомендуемый статус при  
работе с КОТ:  
**Выделение сдаваемого дома в  
отдельную закрытую группу**

Степень важности канала:  
**Очень высокая**

Заинтересованная организация:  
**Застройщик, УК**

Заинтересованность участников группы:  
**Очень высокая**

## III этап – эксплуатация дома

### Цели:

- ✓ Работа с жильцами, ответы на вопросы
- ✓ Канализация неизбежного негатива
- ✓ Мониторинг ситуации
- ✓ Воспитание адвокатов бренда

## III этап – эксплуатация дома

Рекомендуемый статус:  
**Открытая группа**

Степень важности канала:  
**Очень высокая**

Заинтересованная организация:  
**УК (застройщик при работе с  
аффилированной УК)**

Заинтересованность участников группы:  
**Высокая**



# КЕЙСЫ