



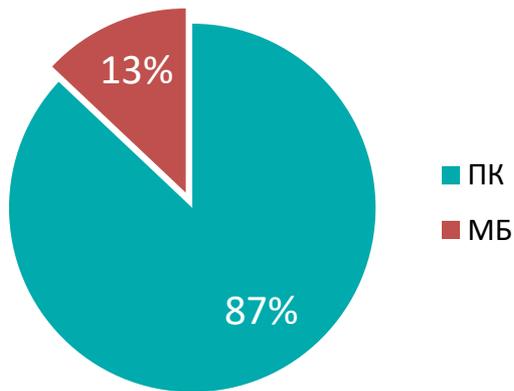
Обзор изменений коммуникационной структуры в сфере недвижимости. «Крючки» и «ловушки» для современного покупателя

Шишкина Анна,
коммерческий директор МИЭЛЬ-Новостройки

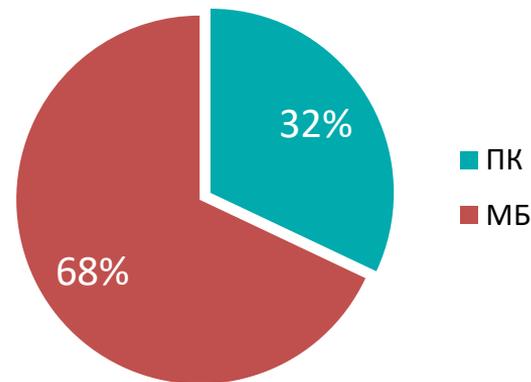
Стандартные сайты для ПК VS мобильные версии или адаптивные сайты – как приобрести квартиру с помощью смартфона



2015 год



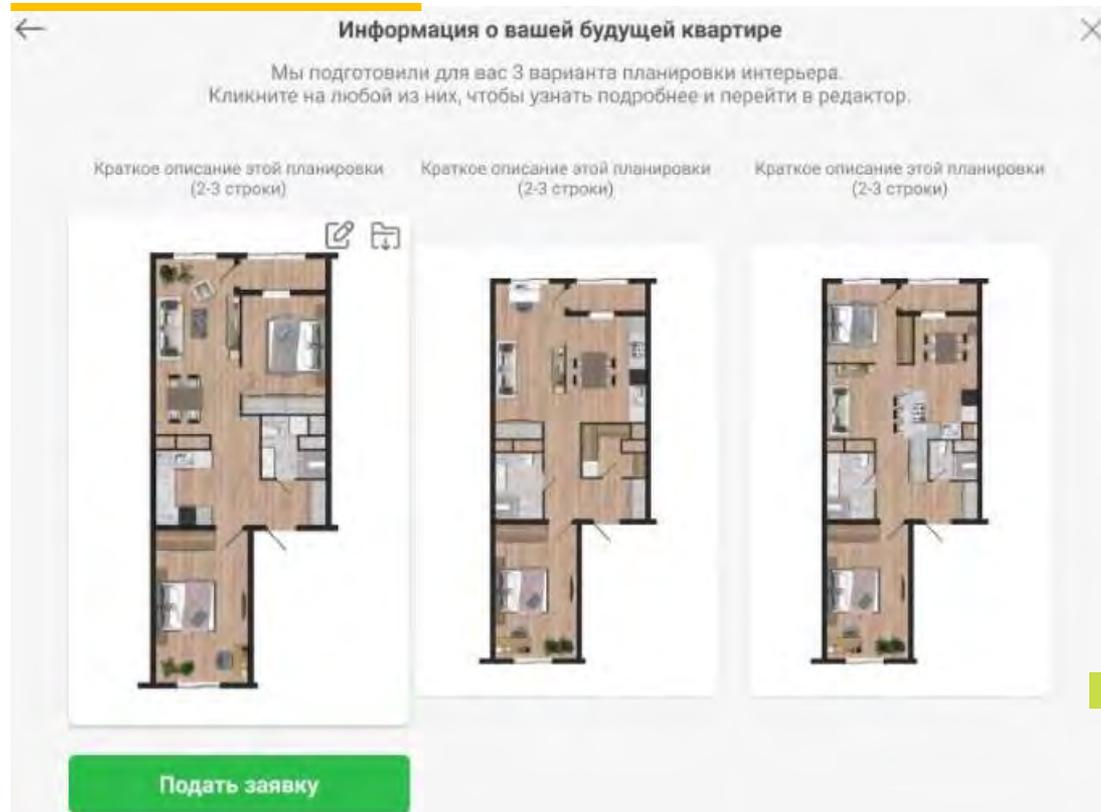
2018 год



VR-инструменты – как повысить уровень доверия клиента к виртуальным турам.

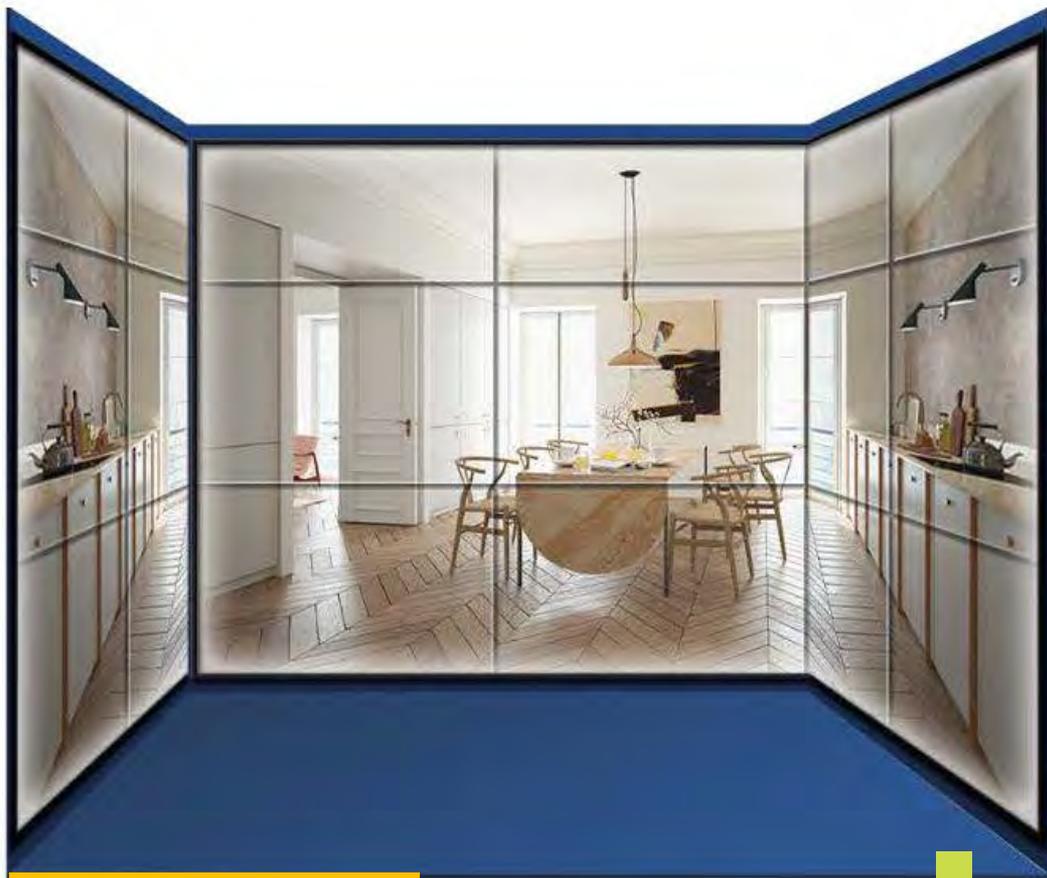
На сайтах некоторых застройщиков появился виджет, позволяющий клиенту, после заполнения небольшой анкеты, получить три варианта планировки его будущей квартиры, с расстановкой мебели, элементов интерьера и т.д.

Также, выбранный план он может редактировать в редакторе, и посмотреть визуализацию в 2D/3D/VR



Установка, которая позволяет посмотреть визуализацию проекта в масштабе 1 к 1, без надевания VR очков.

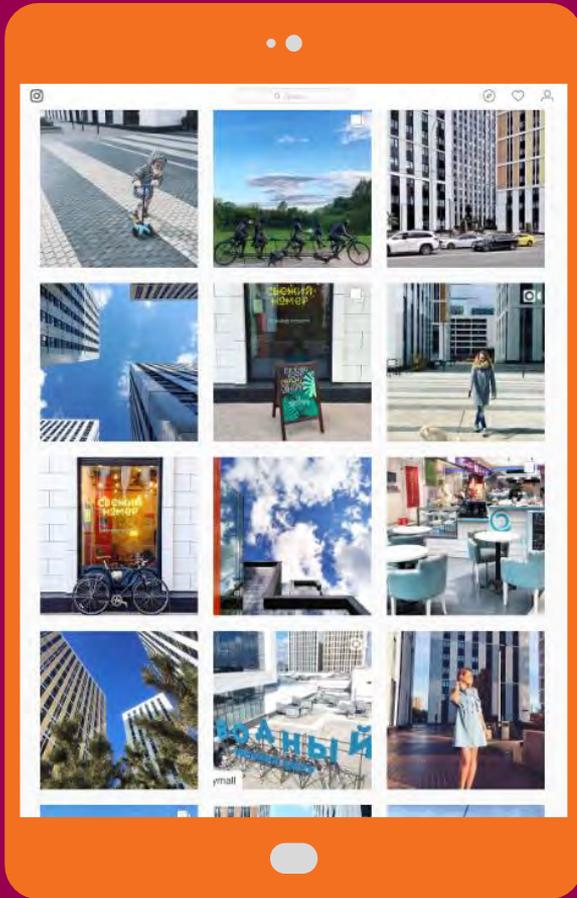
Это два (или более) больших экрана соединённых между собою под углом 90°, на которых проецируется изображение комнаты, в которой клиент может передвигаться, используя специальный манипулятор.



Инстаграм-продажи – единичные сделки или поток?

ВАЖНО!

В Инстаграм хорошие показатели у персонализированных продаж, у брокеров элитной недвижимости с продвижением конкретного предложения. Если вы хотите воспользоваться данным каналом, необходимо организовать презентацию на объекте лично брокерам и заказать качественную фотосессию, подготовить красочные материалы для продвижения и передать брокерам.



Таргетированная реклама vs медийная реклама.



Целевая реклама – самое вероятное развитие рекламы. Учитывая количество электронных устройств, которыми человек пользуется каждый день, информации о его предпочтениях собирается все больше. При этом есть проблема ограниченной информации, которая ему доступна, а, значит, охватная реклама также необходима.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

