

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ:

ГРАМОТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ КЛИЕНТОМ


КАК УСТАНОВИТЬ
«ПЕРВЫЙ КОНТАКТ»
И НЕ ПОТЕРЯТЬ «СВЯЗЬ»?

marketing / pr / advertising / events

PROMOTION REALTY ►

www.promo-realty.ru

СТРАТЕГИЯ КОММУНИКАЦИИ



ВЫ ВСЕГДА КОММУНИЦИРУЕТЕ С НЕСКОЛЬКИМИ ГРУППАМИ АУДИТОРИИ



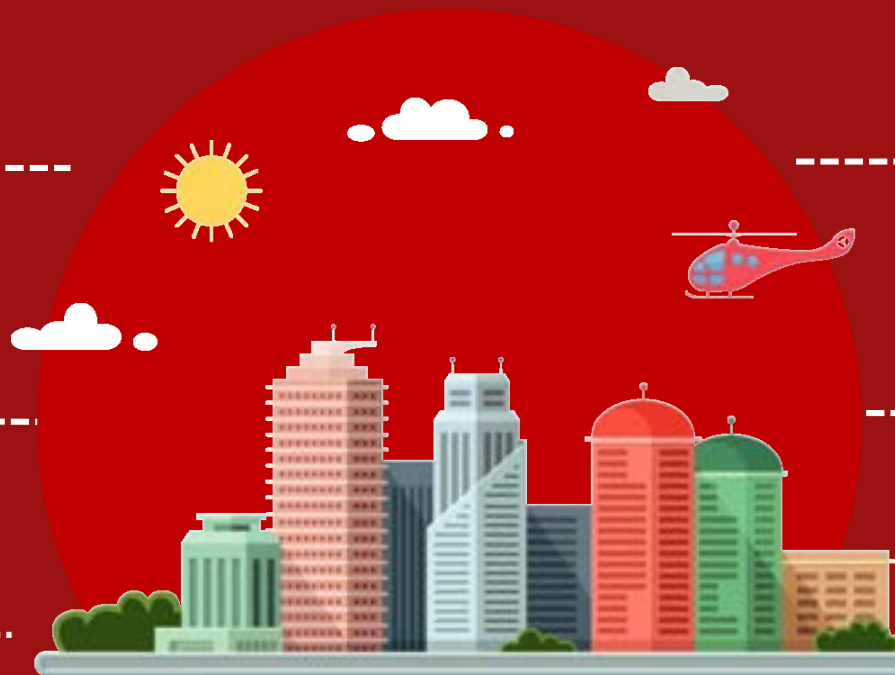
ТЕ, КТО ВАС
НЕ ЗНАЕТ



ЗНАЕТ, НО НЕ
ЗАИНТЕРЕСОВАЛСЯ



ЗАИНТЕРЕСОВАЛСЯ,
НО НЕ КУПИЛ



КУПИЛ, НО НЕ
ЯВЛЯЕТСЯ
АМБАССАДОРОМ



КУПИЛ, ЖДЕТ,
НО НЕ
ДОЖИДАЕТСЯ



ЖИТЕЛИ



КАК ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ?



A photograph of two men in profile, facing each other in a crowded, dimly lit setting. The man on the left is bald and wearing a light pink button-down shirt; a tattoo of the number '1701' is visible on his neck. The man on the right has short brown hair and is wearing a red t-shirt with a graphic of the Earth. He is holding a black smartphone up to his face as if recording or speaking into it. The background is filled with a diverse crowd of people, some wearing hats, under bright overhead lights.

PR И СММ

ПУБЛИКАЦИИ В СМИ ОБЗОРОВ И РЕЙТИНГОВ

- ЖК В ШАГОВОЙ ДОСТУПНОСТИ ОТ ПАРКА «ЗАРЯДЬЕ»
- ТОП-5 ЗАСТРОЙЩИКОВ С САМОЙ ДОСТУПНОЙ ИПОТЕКОЙ
- ТОП-10 МАЛОЭТАЖНЫХ КОМПЛЕКСОВ ПОДМОСКОВЬЯ
- ГДЕ В МОСКВЕ КУПИТЬ 5-ТИКОМНАТНУЮ КВАРТИРУ



ПУБЛИКАЦИИ В LIFE-STYLE СМИ

МАСТЕР-КЛАСС «WOW КАКАЯ КВАРТИРА» С ДИЗАЙНЕРом АЛЕНОЙ САНАЕВОЙ

ПРИВЛЕЧЕНЫ ПАРТНЕРЫ

- МАГАЗИН ДИЗАЙНЕРСКОЙ МЕБЕЛИ "CITY CASA ТЕАТР ИНТЕРЬЕРА"
- МАГАЗИН ТЕКСТИЛЯ ПРЕМИУМ-КЛАССА «TOGAS»
- МАГАЗИН СВЕТИЛЬНИКОВ «EICHNOLTZ»
- КЕЙТЕРИНГ



ПУБЛИКАЦИИ В LIFE-STYLE СМИ

СЪЕМКА НА ТВ
ЖК «ТОМИЛИНО»
РОСПИСЬ ФАСАДОВ



БЛОГИ И БЛОГЕРЫ



#ХОЧУКВАРТИРУ

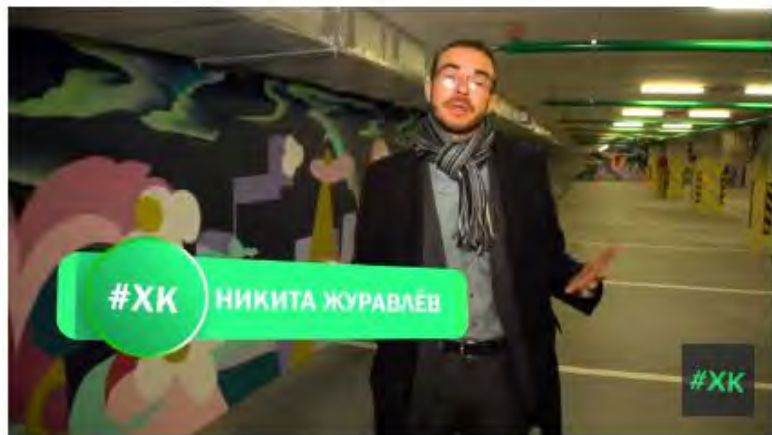
14 584 подписчика

ГЛАВНАЯ

ВИДЕО

ПЛЕЙЛИСТЫ

СООБЩЕНИЯ



ПОЛЕЗНЫЕ БЛОГИ
#ХОЧУКВАРТИРУ

БОЛЕЕ 14 000 ПОДПИСЧИКОВ НА КАНАЛЕ
КОЛИЧЕСТВО ПРОСМОТРОВ СЮЖЕТА:
ОТ 3 000 ДО 40 000 ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



Стас Недвижка

36 556 подписчиков

ГЛАВНАЯ

ВИДЕО

ПЛЕЙЛИСТЫ

СООБЩЕНИЯ



#строительство #фахверк #реклама

Фахверк: как изменить облик малоэтажной России

282 040

13 тыс.

1 тыс.

поделиться

сохранить

СТАС НЕДВИЖКА

БОЛЕЕ 36 000 ПОДПИСЧИКОВ
КОЛИЧЕСТВО ПРОСМОТРОВ:
ОТ 4 500 ДО 57 000 ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

ИЛЬЯ ВАРЛАМОВ

ОБЗОРЫ НА НЕДВИЖИМОСТЬ
ПОЧТИ 600 000 ПОДПИСЧИКОВ
КОЛИЧЕСТВО ПРОСМОТРОВ:
ОТ 53 000 ДО 280 000 ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



PR И МЕРОПРИЯТИЯ

ЕСТЬ МНЕНИЕ

ТВОРЧЕСКОЕ ПОКРОВИТЕЛЬСТВО
ЖК «РЕЗИДЕНЦИИ КОМПОЗИТОРОВ»

**Ю.А. БАШМЕТ,
АРТИСТИЧЕСКИЙ РУКОВОДИТЕЛЬ
ПРОЕКТА**

**КОНЦЕРТ МАЭСТРО ЮРИЯ БАШМЕТА
И КАМЕРНОГО ОРКЕСТРА «СОЛИСТЫ
МОСКВЫ» В ТРЦ "АФИМОЛЛ СИТИ"**




КЛУБНЫЙ КВАРТАЛ «РЕЗИДЕНЦИИ КОМПОЗИТОРОВ» И ПРОЕКТ FOLLOW THE FABRIKA

ИНФОПАРТНЕРЫ МЕРОПРИЯТИЯ:

EXPRO.TV, CELEBRITY TV, MODNOE TV, VKLYBE.TV, PROFASHION, ГЛЯНЕЦ «ESQUE MAGAZINE», ГЛЯНЕЦ «NSTYLE», ГЛЯНЕЦ «ТОРЛУХЕ», ГЛЯНЕЦ «QUEEN CITY», ЖУРНАЛ «ПРЯМАЯ РЕЧЬ», ЖУРНАЛ «SEVEN LIVES», MADE MAGAZINE, ОН-ЛАЙН ЖУРНАЛ «FABRIQUE.ME», ИД «РАБОТНИЦА», BEAUTY.MAFIA MAGAZINE, MEDIAFAMILY.PRO, LUXURY MEDIA GROUP, LIFESTYLE ЖУРНАЛ «MMG | MOSCOW MINSK GUIDE», DAILY CULTURE, ПОРТАЛ «MODA 24/7», ИЗДАНИЕ «ОБРАЗЖИЗНИ.МОСКВА», DNI.RU, STYLENEWS.RU, FORRUSSIA.NMAN.COM, PAPA.RAZZIRUSSIA.COM, GLYANETS.ME, LOOK-BOOK.RU, OPUSWINE, «ОТДЫХ МЕДИА» (ЖУРНАЛ «ОТДЫХ В РОССИИ», WWW.RUSSIA.NTOURISM.RU).



An elephant is standing in a modern living room. It has a stethoscope around its neck. The room features a grey sofa, a coffee table, a TV, and a window with a view of greenery. The text 'ПРИШЁЛ, УВИДЕЛ И КУПИЛ' is overlaid on the elephant's body.

**ПРИШЁЛ,
УВИДЕЛ
И КУПИЛ**

МЕРОПРИЯТИЯ В ОФИСЕ ПРОДАЖ

- ИПОТЕЧНЫЕ СУББОТЫ
- ДИЗАЙНЕРСКИЕ МАСТЕР-КЛАССЫ
- РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ/
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ
МЕРОПРИЯТИЯ НА ОБЪЕКТЕ



**ИПОТЕЧНАЯ
СУББОТА**



ПОДАРКИ ДО!

ВЫРАЗИТЕ БЛАГОДАРНОСТЬ

ПУСТЬ ВАС ЗАПОМНЯТ



**НЕ НАДО
ПЕЧАЛИТЬСЯ**



ЕСЛИ ЕСТЬ НЕГАТИВ

- 1** РЕГУЛЯРНОЕ ИНФОРМИРОВАНИЕ О ХОДЕ СТРОИТЕЛЬСТВА И ПОДДЕРЖКА КОММУНИКАЦИИ (РАССЫЛКИ)
- 2** ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ БОНУСЫ И ПОДАРКИ ОТ ПАРТНЕРОВ
- 3** РЕГУЛЯРНЫЙ МОНИТОРИНГ И ОБЩЕНИЕ НА ФОРУМАХ/В СОЦ.СЕТЯХ
- 4** ОГРАДИТЕ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ ОТ ОБЩЕНИЯ
- 5** НИКАКИХ МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ



НАСТРОЙ НА ПОЗИТИВ

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ РАБОТЫ С НЕГАТИВОМ:

- 1 ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СМИ
- 2 КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ
- 3 БРИФИНГИ И ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ
- 4 DIRECT-MAIL
- 5 ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ
- 6 СЛУХИ
- 7 ГОРЯЧАЯ ЛИНИЯ



СЧАСТЛИВЫ ВМЕСТЕ



ЖИТЕЛИ ВАШЕГО ЖК - ЛУЧШИЙ PR

ФОРМИРУЕМ АМБАССАДОРОВ БРЕНДА

- 1** МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ
- 2** КОММЬЮНИТИ-МЕНЕДЖЕР НА ОБЪЕКТЕ
- 3** ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ОТ ПАРТНЕРОВ
- 4** КОНСЬЕРЖ-СЕРВИС
- 5** ФОРМИРОВАНИЕ СООБЩЕСТВА ЖИТЕЛЕЙ



ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВАШЕЙ КОММУНИКАЦИИ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ:

- 1** ЧЕТКОЙ ПОСТАНОВКОЙ ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ
- 2** ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫМ ПОДХОДОМ К АУДИТОРИИ
- 3** ПРАВИЛЬНЫМ ВЫБОРОМ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ
- 4** КАЧЕСТВОМ ТРУДОВОГО РЕСУРСА



**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**

ЕЛЕНА БОРИСОВА

Коммерческий директор

BORISOVA@PROMO-REALTY.RU

+7 (916) 550 00 39

+7 (495) 374 68 48

WWW.PROMO-REALTY.RU