



ДЕВЕЛОПЕРСКАЯ КОМПАНИЯ  
**СОЗВЕЗДИЕ**

# **Создание конкурентных преимуществ на сложном рынке**

механизмы позиционирования,  
которые позволяют отстроиться от конкурентов  
и создать уникальное предложение

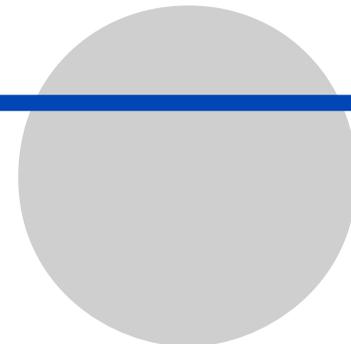
**Почему невозможно:**

**“придумать”**

**“создать”**

**“разработать”**

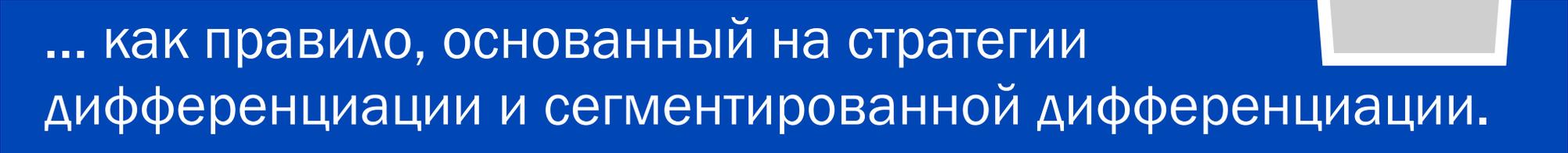
**ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ**





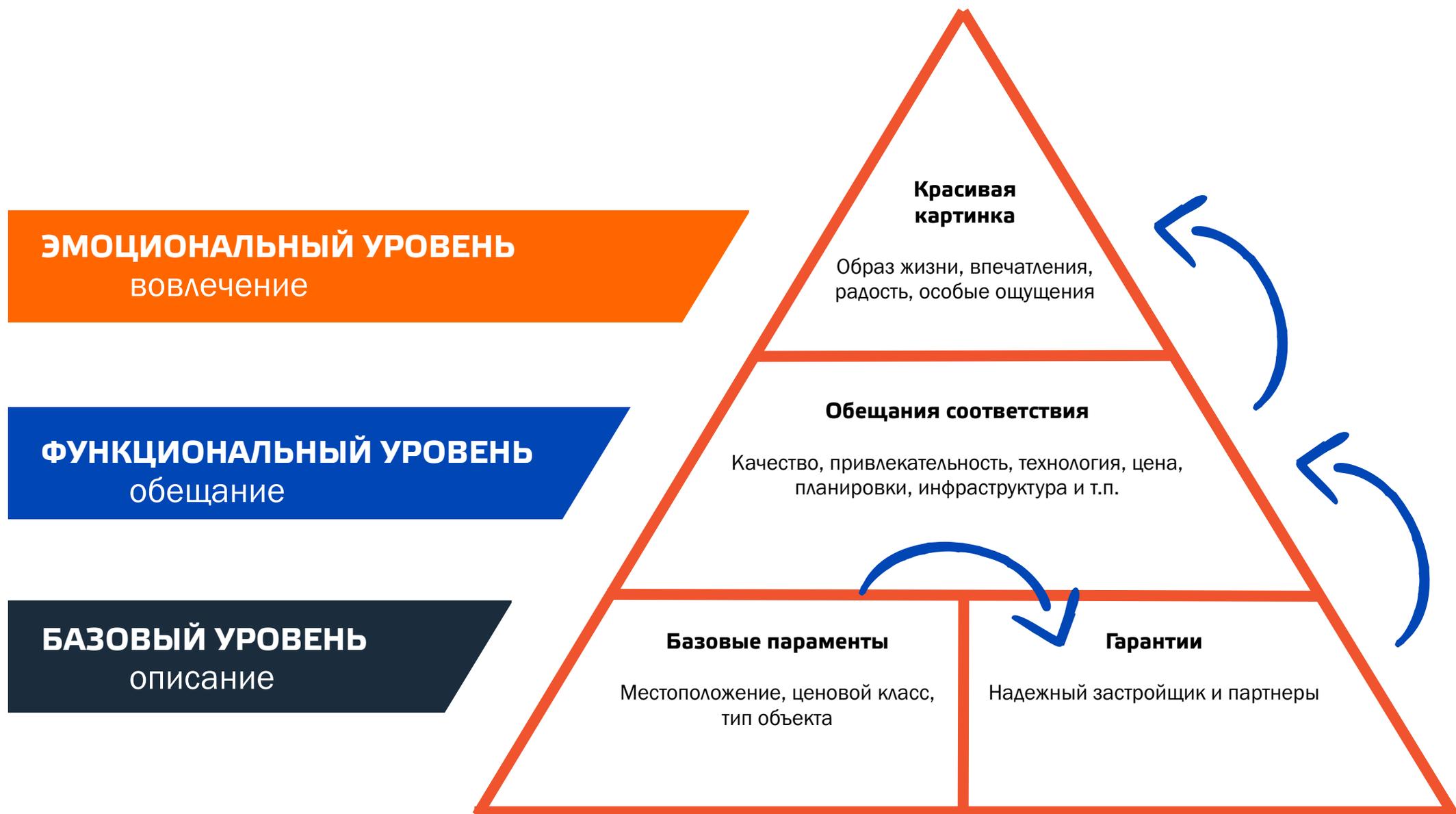
**Позиционирование** (positioning on mind)

**это наиболее выгодная для компании позиция или стереотип, связанный с брендом**



... как правило, основанный на стратегии дифференциации и сегментированной дифференциации.

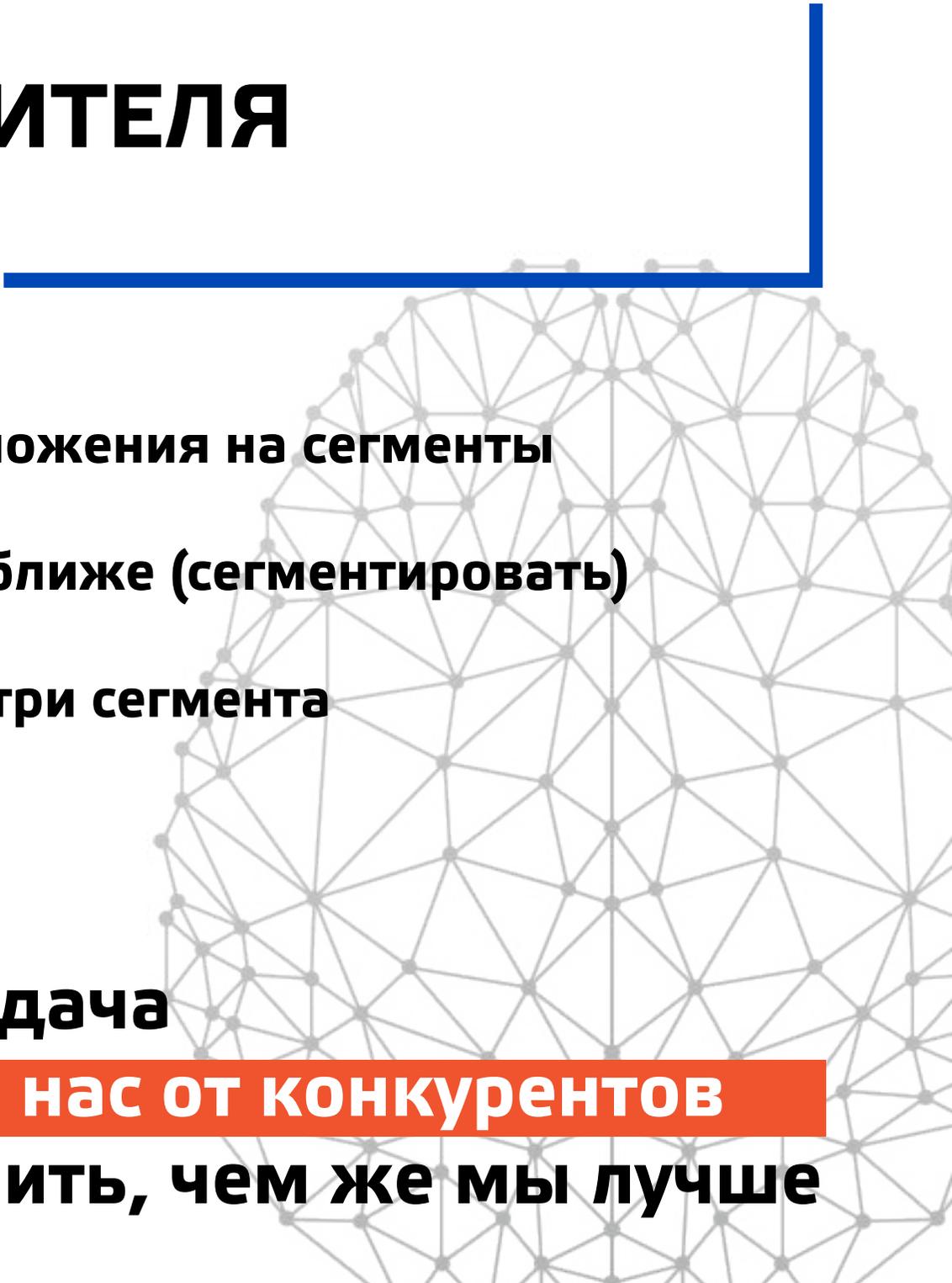
# СТАНДАРТНАЯ ОСНОВА ДЛЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ЖК



# ПОТРЕБИТЕЛЬ НАЧИНАЕТ СЕКМЕНТИРОВАТЬ И ДИФФЕРЕНЦИИРОВАТЬ

 квартира и дом	 	 безопасность и сервис	 
 инфраструктура для детей	 	 район	 
 инфраструктура для всех	 	 транспорт	 

# ЗАДАЧИ ПОТРЕБИТЕЛЯ



1. разделить рыночные предложения на сегменты
2. выделить тот, который им ближе (сегментировать)
3. почувствовать разницу внутри сегмента (дифференцировать).

**Т.е. их задача**

**отличить нас от конкурентов**

**и запомнить, чем же мы лучше**

# ЗАДАЧА ЗАСТРОЙЩИКА

---

**выработать** у потребителя и  
не-потребителя **понимание** продукта

Джек Траут это называл  
positioning on mind

**КАК ЭТО ПРОИСХОДИТ...**  
**... обычно**

**Застройщик разрабатывает проект  
идет в рекламное/брендинговое агентство,  
там проводится несколько мозговых штурмов  
и рождают ...**



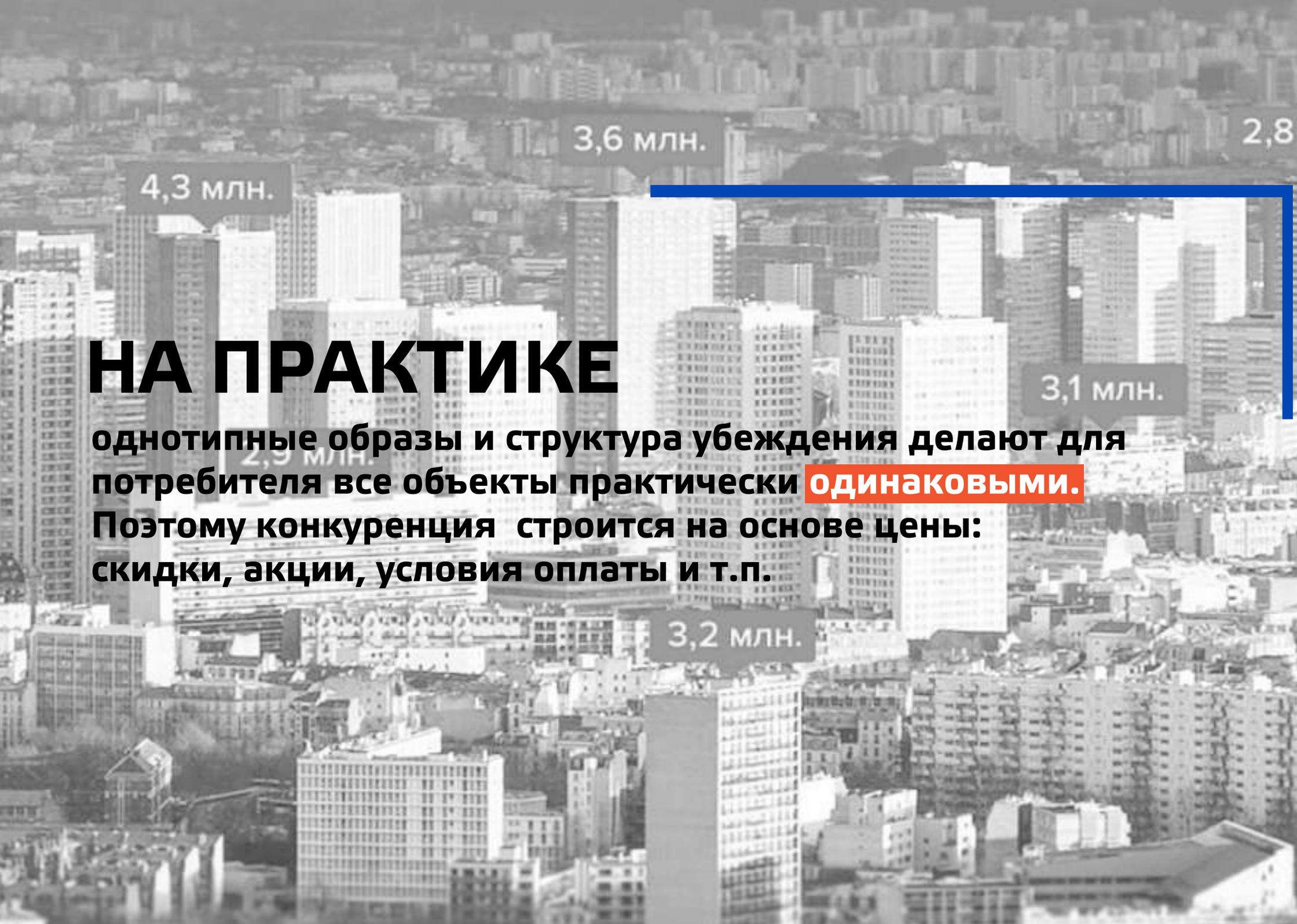
**ОТРАЖЕНИЕ**

территория яркой жизни

**... позиционирование**

**которое может быть использовано  
почти для любого объекта**





4,3 млн.

3,6 млн.

2,8

# НА ПРАКТИКЕ

однотипные образы и структура убеждения делают для потребителя все объекты практически **одинаковыми**. Поэтому конкуренция строится на основе цены: скидки, акции, условия оплаты и т.п.

2,9 млн.

3,1 млн.

3,2 млн.



**Живи проще!**  
На\*уй тещу

от **1,7** млн  
с ремонтом

от **40** м<sup>2</sup>

  
**ЮЖНЫЙ КВАРТАЛ**  
жилой комплекс

**800 77 55 345**

 **ПЯТЬ ЗВЁЗД**  
жилой комплекс

**633 33 00**

**В ТАКИХ БОЛЬШИХ ОДНУШКАХ МОЖНО ЖИТЬ ВТРОЁМ**



**ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС НА ПОЛЮСТРОВСКИХ ПРУДАХ**  
Окончание строительства 2 очереди - 2 квартал 2018 года. Реализация квартир осуществляется по 214-ФЗ

 **ТЕОРЕМА**  
УПРАВЛЮЩАЯ КОМПАНИЯ

Дистрибутор: ООО «Жилой комплекс «Полустровки»  
Адрес объекта: г. Санкт-Петербург, ул. Железа, 18  
Проектная декларация — на сайте: [5zvezd.spb.ru](http://5zvezd.spb.ru)

 **WWW.5ZVEZD.SPB.RU**



Застройщик: АО Булочно-кондитерский комбинат «Серебряный бор». Проектная декларация размещена на сайте [serebrn-bor.ru](http://serebrn-bor.ru)

# Центр — там, где я на своей волне.

## Квартиры бизнес-класса ЖК «Серебряный парк»



м. Щукинская



# ПОЧЕМУ ЭТО РАБОТАЕТ?

STAY PARK

СТУДИЯ В САМОМ СЕРДЦЕ  
РОСТОВА-НА-ДОНУ

ЗА 7 762  
В МЕСЯЦ



МАХ ФОРМАТ

КВАРТИРА - СТУДИЯ



реклама, которая **«привлекает клиента»**,  
встраивается в его пространство вариантов  
и оказывается там **заметной**.

МИЦ СТРОИТ

ЦВЕТОННЫЕ  
ПОЛЯНЫ

Квартиры от 2,8 млн р.

Застройщик: ООО «Старосельск». Проектная декларация на сайте: [www.domstroykafk.ru](http://www.domstroykafk.ru)

8 602 Р  
В МЕСЯЦ

30,4 м<sup>2</sup>



# НА ПРАКТИКЕ



- **НИ КОМПАНИИ,**
- **НИ ИХ КЛИЕНТЫ**

**не понимают** почему покупают  
и на чём основывается их выбор

# ЧТОБЫ БЫЛО ПОНИМАНИЕ

# R

– resonance

# D

– differentiation

# B

– believe

	Потребность	Отличия	Гарантии	
<b>1</b>	+	+	–	не могу рисковать
<b>2</b>	+	–	+	ценовой торг
<b>3</b>	–	+	+	мне это не нужно

— Квартира плюс парковка!

— Ну что,  
ВЪЕЗЖАЕШЬ?

Застройщик: ООО «УнистройДом»  
Проектные декларации размещены на сайте [www.unistroyrf.ru](http://www.unistroyrf.ru)

УНИСТРОИМ  
ГОРОДА

(843) 295 53 83

[unistroyrf.ru](http://unistroyrf.ru)



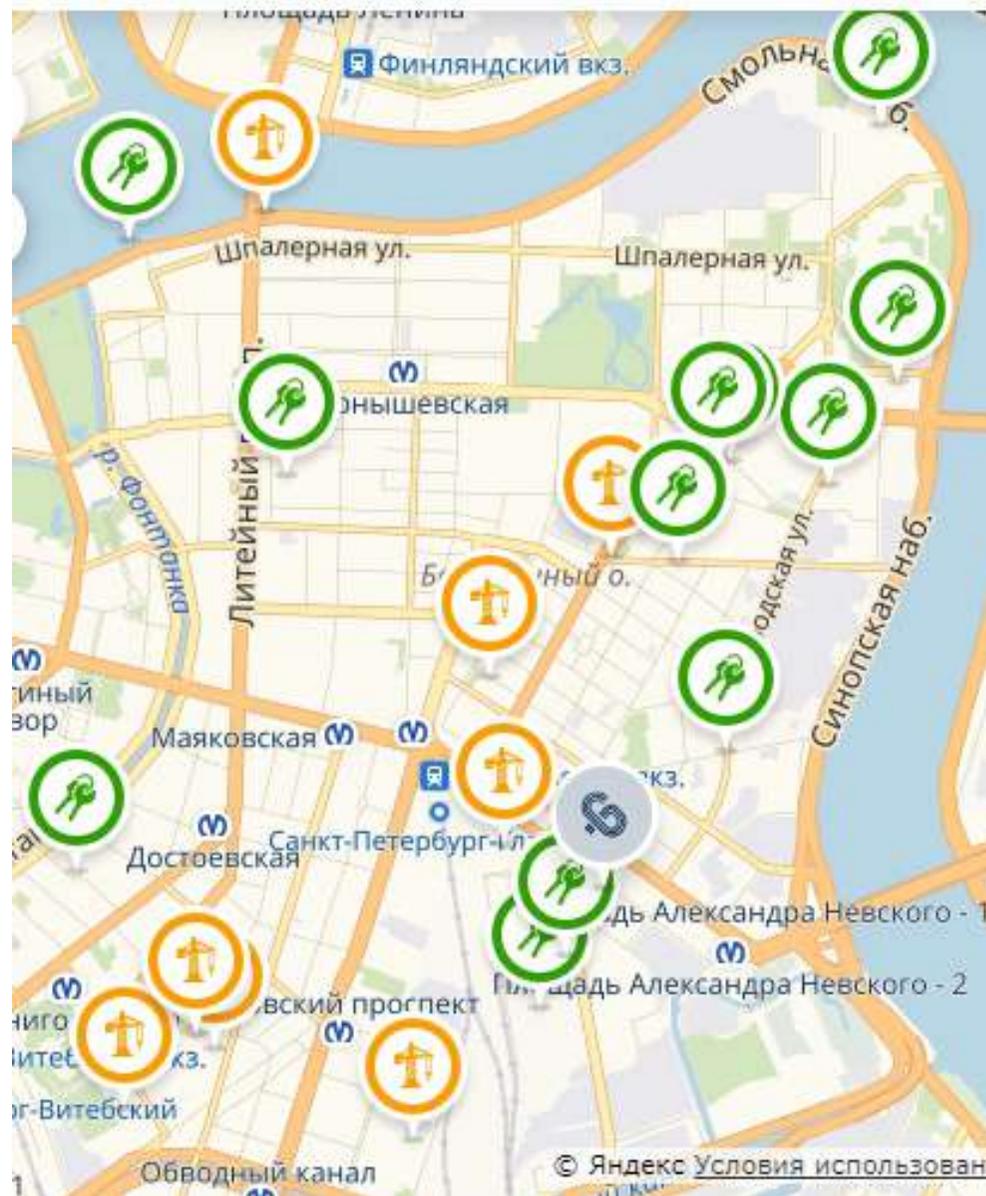
УНИСТРОЙ

# **РАССМОТРИМ НА ПРИМЕРЕ ЖК БИЗНЕС-КЛАССА**

# ЧТО ПРЕДЛАГАЕТСЯ

- Местоположение:  
**центр**
- Архитектура:  
**в стилистике Петербурга**
- Планировки:  
**продуманные, рациональные**
- Оснащение:  
**соответствует бизнес-классу**
- Особенности:  
**камины, террасы**

**Цена: в рынке**



**Как сформулировать позиционирование так,  
чтобы его понял клиент?**

**Вернемся к системе выбора**

# Сегментация ЖК

Базовые характеристики	Расширенные характеристики	Уникальные характеристики	Перспективные характеристики
без которых нельзя выходить ЖК на рынок	те самые конкурентные преимущества, которые формируют отличия между игроками		то, чего еще нет на рынке
<p>Цена за м2 не выше средней по рынку</p> <p>Парковка у дома</p> <p>Инфраструктура рядом</p> <p>Детская площадка</p> <p>Школа и детский сад</p> <p>Транспортная доступность</p> <p>Помощь в ипотеке</p> <p>Работа с субсидиями</p>	<p>Не первый этаж</p> <p>Удаленность от дороги</p> <p>Свободная планировка</p> <p>Охрана</p> <p>Умная планировка</p> <p>Надежная компания</p> <p>Чистовая отделка</p> <p>Входная группа</p> <p>Помощь в переезде</p>	<p>Индивидуальная планировка</p> <p>Архитектурная концепция</p> <p>Звукоизоляция</p> <p>Консьерж-сервис</p> <p>Подземная парковка с лифтом</p> <p>Умный дом</p> <p>Хороший вид из окон</p>	

# Сегментация ЖК

Базовые характеристики	Расширенные характеристики	Уникальные характеристики	Перспективные характеристики
без которых нельзя выходить ЖК на рынок	те самые конкурентные преимущества, которые формируют отличия между игроками		то, чего еще нет на рынке
<p>Цена за м2 не выше средней по рынку</p> <p>Парковка у дома</p> <p>Инфраструктура рядом</p> <p>Свободная планировка</p> <p>Детская площадка</p> <p>Школа и детский сад</p> <p>Транспортная развязка</p>	<p>Не первый этаж</p> <p>Удаленность от дороги</p>	<p>Индивидуальная планировка</p> <p>Архитектурная концепция</p>	<p><b>Уникальные значимые ценности</b></p>
<b>Формирование комфортной жизни и среды</b>			
<b>Удовлетворение базовой потребности</b>	<p>Умная планировка</p> <p>Уютная компания</p> <p>Помощь в переезде</p>	<p>подземная парковка с лифтом</p> <p>Умный дом</p> <p>Хороший вид из окон</p>	

# QFD-анализ

- **находим важные компоненты** в работе компании на техническом и на коммуникационном уровне
- **определяем фактор выбора** и в каком направлении компании необходимо работать.

# QFD-анализ

		Вес фактора	Как реализовано в продукте										
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Факторы выбора	1	0,10	0,1	0,1	0,1	0,9	0,1	0,10	0,30	0,30	0,90	0,10	3,90
	2	0,10	0,3	0,3	0,3	0,9	0,3	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	4,50
	3	0,10	0,1	0,1	0,9	0,9	0,1	0,10	0,10	0,10	0,90	0,10	4,30
	4	0,10	0,3	0,3	0,1	0,9	0,3	0,90	0,30	0,30	0,90	0,30	4,70
	5	0,08	0,8	0,08	0,72	0,24	0,24	0,24	0,08	0,08	0,71	0,08	3,50
	6	0,08	0,72	0,72	0,24	0,24	0,24	0,76	0,76	0,76	0,10	0,76	5,54
	7	0,07	0,63	0,07	0,21	0,21	0,63	0,62	0,21	0,07	0,21	0,62	3,53
	8	0,06	0,18	0,18	0,06	0,06	0,18	0,19	0,57	0,19	0,06	0,19	1,92
	9	0,06	0,06	0,06	0,18	0,18	0,06	0,06	0,57	0,19	0,06	0,06	1,55
			3,66	2,44	3,82	4,96	2,62	4,08	5,14	3,42	4,85	2,87	

# ИНОГДА НИЧЕГО НЕ НАХОДИМ

- объект не имеет сильных конкурентных преимуществ и уникальности

# **ИЗУЧАЕМ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ РАБОТЫ ЗАСТРОЙЩИКА**



### 1. ПАРТНЕРЫ

Агентства  
недвижимости  
Банки  
Поставщики  
Инвесторы  
Дольщики  
Власти



### 2. КОМПЕТЕНЦИИ

Проектирование  
Строительство  
Отделка  
Сбыт



### 6. РЕСУРСЫ

Земля  
Лицензии, допуски  
Стройматериалы  
Техника  
Капитал



### 3. ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Низкая цена на  
квартиры

Квартиры в ЖК  
бизнес-класса



### 4. ОТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ

Персональная  
поддержка  
Помощь в ипотеке  
Помощь в  
регистрации



### 7. КАНАЛЫ

Рекламные каналы  
Интернет  
Стройплощадка  
Показы  
Агентства



### 5. ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ

Потребитель среднего  
класса  
Инвесторы  
Агенты



### 8. СТРУКТУРА ЗАТРАТ

Стройматериалы  
ФОТ  
Маркетинг  
Банковский кредит  
Комиссия агентствам



### 9. СТРУКТУРА ДОХОДОВ

Прибыль от продажи квартир

# ЧТО ХОЧЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬ?

## ПОТРЕБНОСТИ КЛИЕНТА СРЕДНЕГО КЛАССА

Жить в красивом и удобном интерьере

Подчеркнуть индивидуальность

Разумно тратить деньги (соответствие цены и ценности)

## ПРОБЛЕМЫ, БЛОКИ, БОЛЬ

Чистовую отделку приходится менять

Дизайн-маке от застройщика не устраивает

Нельзя сразу делать ремонт из-за усадки

Обманы, срывы сроков подрядчиками

## ПРЕИМУЩЕСТВА, ВЫГОДЫ

Заехать и сразу жить

Индивидуальный «дизайнерский» ремонт

Жить в нормальном социальном окружении

Стильная и долговечная мебель и материалы

**ИЗУЧАЕМ ЦЕЛЕВОЙ СЕГМЕНТ**

## **РЕШЕНИЕ!**

**Нам необходимо, чтобы клиент заезжал сразу в отремонтированную квартиру, но при этом это был индивидуальный проект.**



**Получаем позиционирование  
“квартиры с готовым  
дизайнерским интерьером”**

# ЗАДАЧИ ПОТРЕБИТЕЛЯ

## ПРОДУКТ

Квартира в ЖК бизнес-класса с ремонтом и мебелью,  
по индивидуальному проекту

## КАК РЕШАЕТ ПРОБЛЕМУ

Каталог частично готовых  
изменяемых решений  
Материалы и мебель  
Разработка индивидуального  
проекта

## В ЧЕМ ПРЕИМУЩЕСТВО

Оплата только за готовое решение  
Дешевле, чем заказывать самому  
Ответственность в одном окне  
Бесплатный дизайн-проект  
до покупки квартиры

# **ПОНЯТНАЯ ЦЕННОСТЬ**

- 1. Вся ответственность в одном месте.**
- 2. Отсутствие промежуточной “чистовой отделки”,**
- 3. Возможность включить отделку в ипотеку**
- 4. Возможность сразу въехать в готовый интерьер**
- 4. Каталог решений дизайна**

**ПОЛУЧАЕМ НОВУЮ  
БИЗНЕС-МОДЕЛЬ**



1. ПАРТНЕРЫ

Агентства

Дизайнеры  
интерьера

Мебельные  
салоны



2. КОМПЕТЕНЦИИ

Разработка  
дизайна

Сбы

Отделка



6. РЕСУРСЫ

Земля  
Лицензии, допуски  
Стройматериалы  
Техника  
Капитал



3. ЦЕННОСТНОЕ  
ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Низкая цена на

Дизайнерский  
ремонт



4. ОТНОШЕНИЯ  
С КЛИЕНТАМИ

Персональная

Работа над  
проектом



7. КАНАЛЫ

Рекламные каналы  
Интернет  
Стройплощадка  
Показы  
Агентства



5. ЦЕЛЕВЫЕ  
АУДИТОРИИ

Массовый

П  
П  
к  
И  
Агентства  
Потребитель  
среднего  
класса



8. СТРУКТУРА ЗАТРАТ

Стройматериалы  
ФОТ  
Маркетинг  
Банковский кредит  
Комиссия агентствам



9. СТРУКТУРА ДОХОДОВ

Прибыль от продажи квартир

Ремонт и оснащение  
квартир

# ПОТРЕБОВАЛИСЬ ИЗМЕНЕНИЯ

## ВНУТРИ КОМПАНИИ

Разработка дизайна интерьера- привлечь опытных дизайнеров на аутсорсинг всего процесса.  
Чистовая отделка - найма профессионалов-отделочников более высокого уровня  
Ужесточение контроля качества результата.

## В ОТНОШЕНИЯХ С КЛИЕНТАМИ

Совместная работа над проектом формирование видения о пожеланиях клиента (ведь ему в этом интерьере жить), в том числе и неосознанных;  
Предварительное согласование концепции.  
Составление сметы, бюджетирование интерьерного проекта;  
Управление рабочими, контроль качества;  
Аккаунтинг клиента.

Под работу с интерьерами пришлось создавать отдельное подразделение со своими процедурами и ресурсами, которое работало вне основной компании.

## + ФИНАНСОВАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Новые потоки доходов: ремонт и оснащение квартиры.

**В сознании потребителя мы стали  
компанией, которая не просто продает  
стены, а строит квартиру под клиента**

**... а главное**

**получили новую систему вовлечения  
клиента в продукт.**

Клиент начинал работать над интерьером до покупки, чтобы узнать итоговую стоимость всей квартиры и, фактически, уже начинал в ней жить.

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**

Вопросы и комментарии:

Дмитрий Ермышев | [ermyshev@mail.ru](mailto:ermyshev@mail.ru) | +7 921 9515932