



**ОЛЕГ САМОЙЛОВ**

**Генеральный директор**

**Координатор МПР**

**САЙТЫ  
АГЕНТСТВ:  
витрины объектов  
или услуг?**



НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНГРЕСС ПО НЕДВИЖИМОСТИ

Санкт-Петербург, 2012 г.

**Все большее число потребителей  
использует интернет**



**как  
ОСНОВНОЙ  
ИСТОЧНИК  
информации**



**В будущем  
на рынке останется  
два вида компаний:  
те, кто в Интернет  
и те, кто вышел  
из бизнеса**

**Билл Гейтс**







**ВСЕ В ИНТЕРНЕТ !**

**Как обеспечить  
максимальную эффективность сайта?**

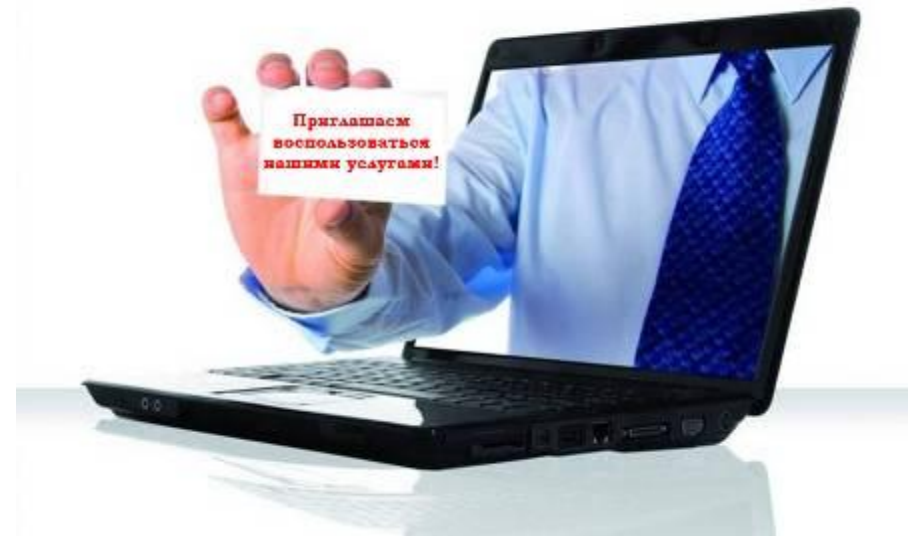


## Витрина объектов



**Основной упор –  
на представлении  
экспонируемых объектов,  
прочая информация носит  
«дополнительный» характер**

## Витрина услуг



**Основной упор –  
на представлении  
компании и ее услуг,  
информация об объектах  
не носит ключевого характера**



**Яндекс**  
Нашлось  
149 млн ответов

купить квартиру



Найти

в найденном  в Москве

[расширенный поиск](#)

По региону «Москва и область» - 764676 показов в месяц

## Основные игроки

## Количество предложений (по состоянию на 10.05.2012)



**167982** квартир в Москве

**Яндекс**

**115099** квартир в Москве

*Из рук в руки*

**55812** квартир в Москве

По состоянию на 10.05.2012



**ИНКОМ**  
недвижимость

**5966 квартир в Москве**



**Миэль**

**5156 квартир в Москве**

**Если так обстоят дела у лидеров, то что же у всех остальных?**

**Чаще всего,  
ситуация выглядит  
как-то так:**

**Результаты поиска**

Найдено вариантов - 0

**О КАКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИДЕТ РЕЧЬ ?**



Тот, кто самостоятельно ищет объект в интернете, обычно не только не является клиентом агентства недвижимости, но и не собирается им становиться



**Может, все же обратим внимание  
на РЕАЛЬНЫХ клиентов ?**

## Обеспечить привлечение клиентов

Ложная цель:  
обеспечить  
высокий  
трафик



**КЛИЕНТ  
ВСЕГДА**

**№1**



**Чтобы ответить  
на этот вопрос,  
спросим себя:  
«За что нам платят»?**

## ПРОДАВЦЫ



Продать  
быстро,  
дорого  
и безопасно



## ПОКУПАТЕЛИ



Купить  
лучшее  
дешево  
и надежно



## МЕНЩИКИ



## **ЦЕЛИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ, РЕАЛИЗУЕМЫЕ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

---

**Получить информацию, позволяющую принять решения по двум основным вопросам: реальна ли планируемая операция и удастся ли справиться самому?**

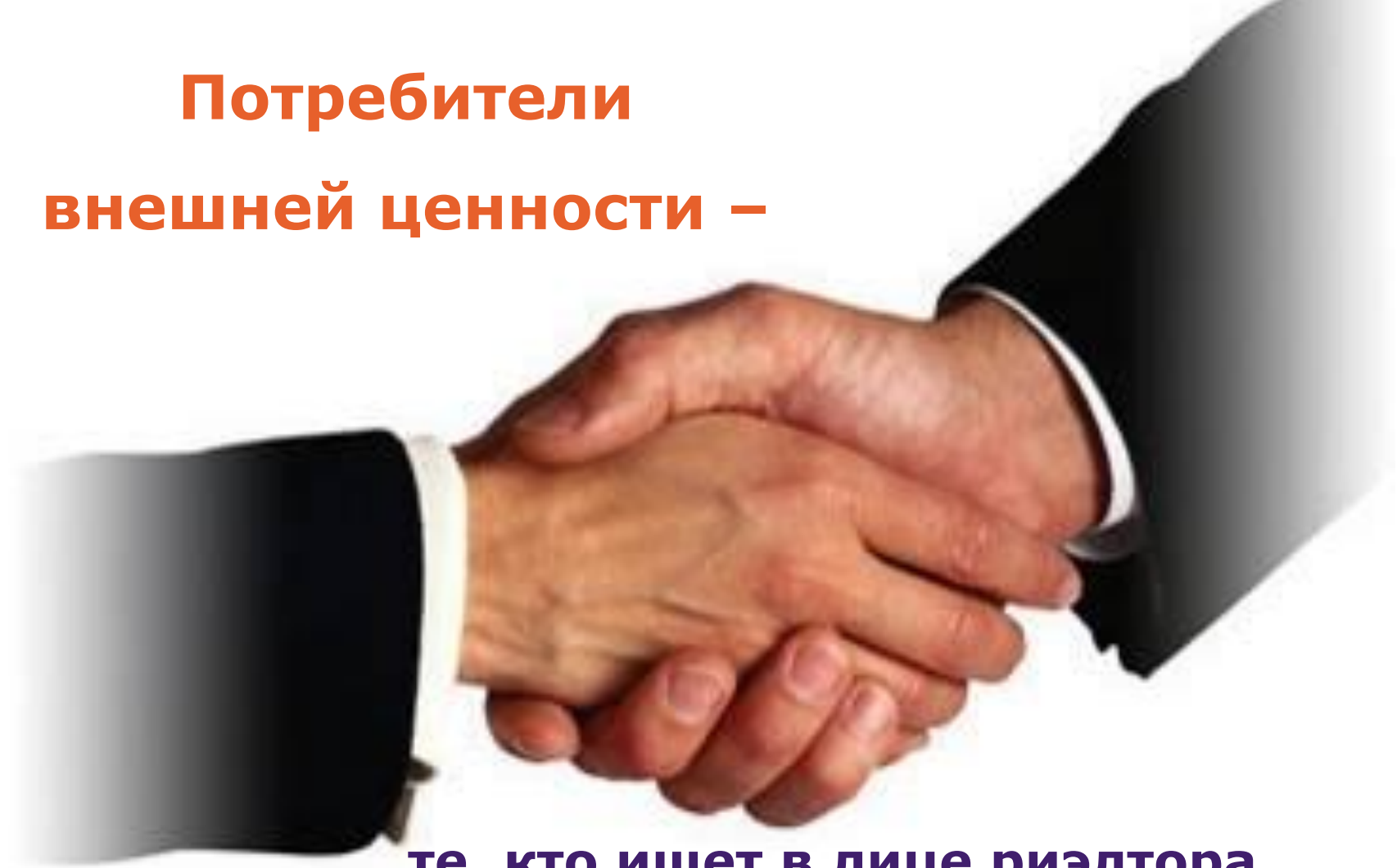


**«ДА, справлюсь»** -  
потребитель  
внутренней ценности



**«НЕТ, не справлюсь»** -  
потребитель  
внешней ценности

**Потребители  
внешней ценности –**



**те, кто ищет в лице риэлтора  
своего друга на рынке недвижимости**

# МОЖЕТ ЛИ СТАТЬ АДЕКВАТНЫМ ОТВЕТОМ НА ПОДОБНОЕ СТРЕМЛЕНИЕ КЛИЕНТА САЙТ – «ВИТРИНА ОБЪЕКТОВ» ?

---

**Вряд ли:** его задача –  
продать то, что есть





# **НОРМАЛЬНАЯ РЕАКЦИЯ КЛИЕНТА - ПОТРЕБИТЕЛЯ ВНЕШНЕЙ ЦЕННОСТИ, ПОПАВШЕГО НА САЙТ – «ВИТРИНУ ОБЪЕКТОВ»**

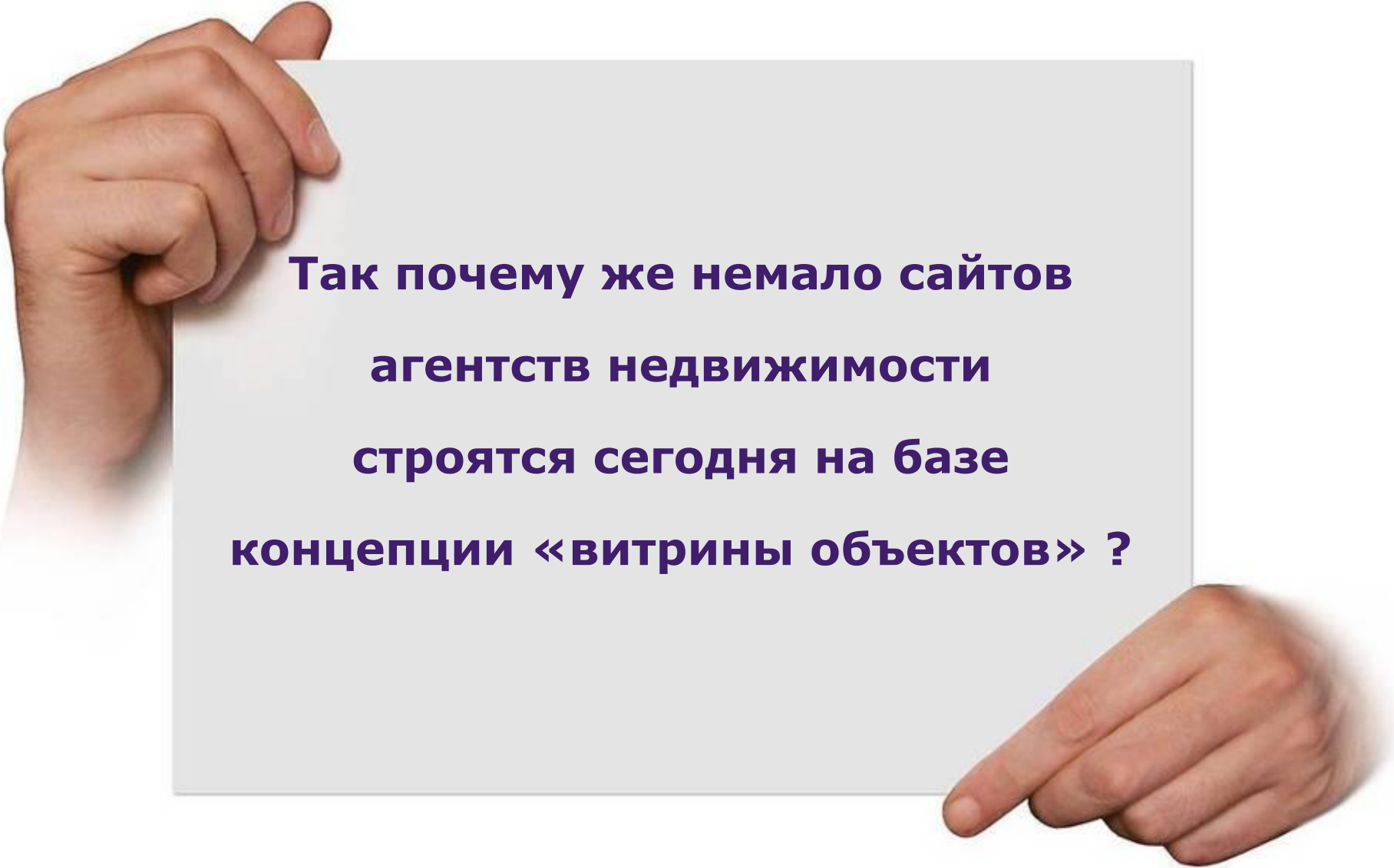
---



**«Витрина объектов»  
не помогает  
потребителю  
внешней ценности  
в удовлетворении  
его запроса**

---

**А если еще и нужного  
объекта нет –  
дело совсем плохо...**



**Так почему же немало сайтов  
агентств недвижимости  
строятся сегодня на базе  
концепции «витрины объектов» ?**



**Потребители  
заходят на сайт**



**Видят, что на нем  
представлены  
продаваемые  
объекты**



**Хотят,  
чтобы их объект  
тоже был  
представлен  
на сайте**



**Становятся  
клиентами**

## **Главные факторы выбора агентства недвижимости:**

- Положительная репутация
- Приемлемая стоимость услуг
- Безопасность и надежность сделок

## **Дополнительные важные факторы:**

- Высокая квалификация сотрудников
- Прозрачность деятельности
- Уровень сервиса

*По данным Инициативного всероссийского опроса,  
проведенного компанией R3 в июне 2009 г.*



# **СОБСТВЕННО, ИМЕННО ЭТА ИНФОРМАЦИЯ И ЯВЛЯЕТСЯ ОСНОВОЙ КОНЦЕПЦИИ «ВИТРИНЫ УСЛУГ»**

---

- **Кто мы ?**
- **Для кого мы ?**
- **Чем мы хороши ?**
- **В чем наша уникальность ?**



**Поддержка «витрины услуг»  
требует гораздо больших усилий,  
чем «витрины объектов»**

**Наполненные «витрины объектов»  
привлекают больше посетителей**



**Соответственно,  
их трафик выше**



**Посетитель  
зашел на сайт**



**Посмотрел  
страницу объекта**



**Покинул сайт**



**Иными словами, большая часть трафика  
«витрин объектов» носит «мусорный» характер**



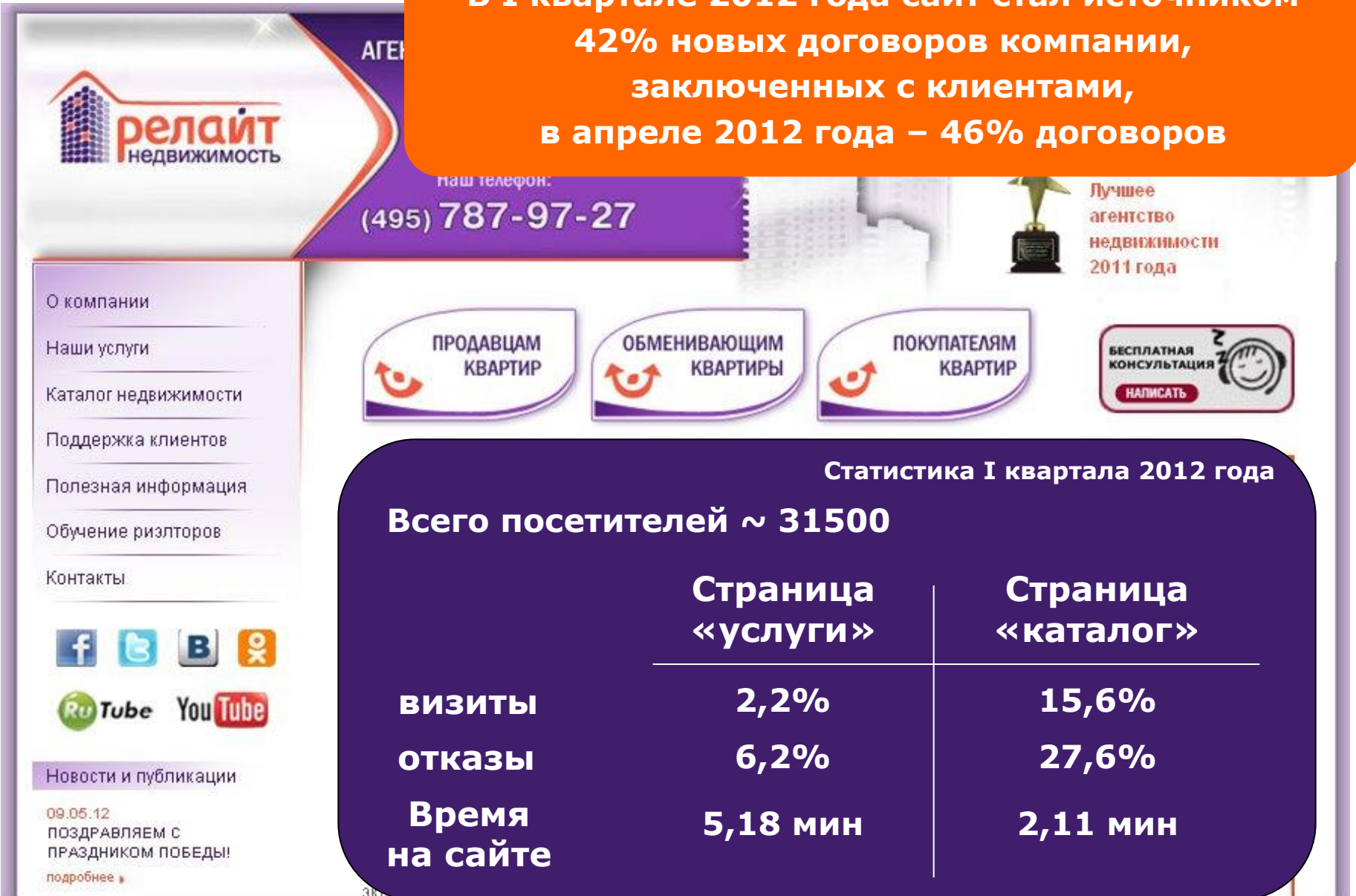
**Витрина  
услуг**

Оценка перспектив  
рассмотренных концепций сайтов  
может быть произведена  
с помощью известной формулы  
«шашечки или доехать»



**Витрина  
объектов**

**В I квартале 2012 года сайт стал источником  
42% новых договоров компании,  
заключенных с клиентами,  
в апреле 2012 года – 46% договоров**



АГЕНТСТВО

релайт  
недвижимость

наш телефон:  
**(495) 787-97-27**

Лучшее  
агентство  
недвижимости  
2011 года

ПРОДАВЦАМ  
КВАРТИР

ОБМЕНИВАЮЩИМ  
КВАРТИРЫ

ПОКУПАТЕЛЯМ  
КВАРТИР

БЕСПЛАТНАЯ  
КОНСУЛЬТАЦИЯ  
НАПИСАТЬ

О компании

Наши услуги

Каталог недвижимости

Поддержка клиентов

Полезная информация

Обучение риэлторов

Контакты

Статистика I квартала 2012 года

**Всего посетителей ~ 31500**

	Страница «услуги»	Страница «каталог»
<b>визиты</b>	2,2%	15,6%
<b>отказы</b>	6,2%	27,6%
<b>Время на сайте</b>	5,18 мин	2,11 мин

Новости и публикации

09.05.12  
ПОЗДРАВЛЯЕМ С  
ПРАЗДНИКОМ ПОБЕДЫ!  
подробнее

**Более подробно  
вопросы  
интернет-продвижения  
сайтов агентств  
недвижимости  
могут быть  
рассмотрены в формате  
мастер-класса**



**Увы, регламент...**

**ОЛЕГ САМОЙЛОВ**

**Генеральный  
директор**



E-mail: [samoilov@relait.ru](mailto:samoilov@relait.ru)

<http://relait.ru>

***СПАСИБО  
ЗА ВАШЕ ВНИМАНИЕ !***