



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?**

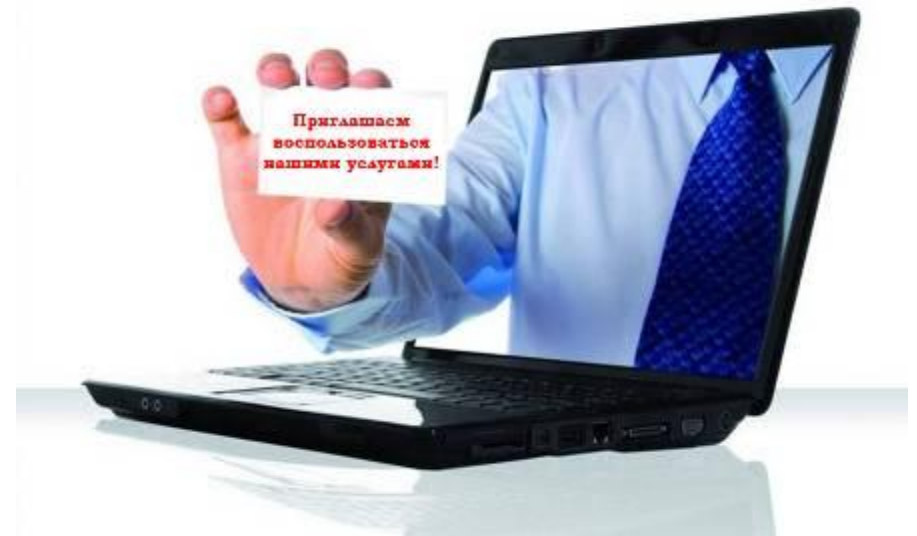


Витрина объектов



**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?

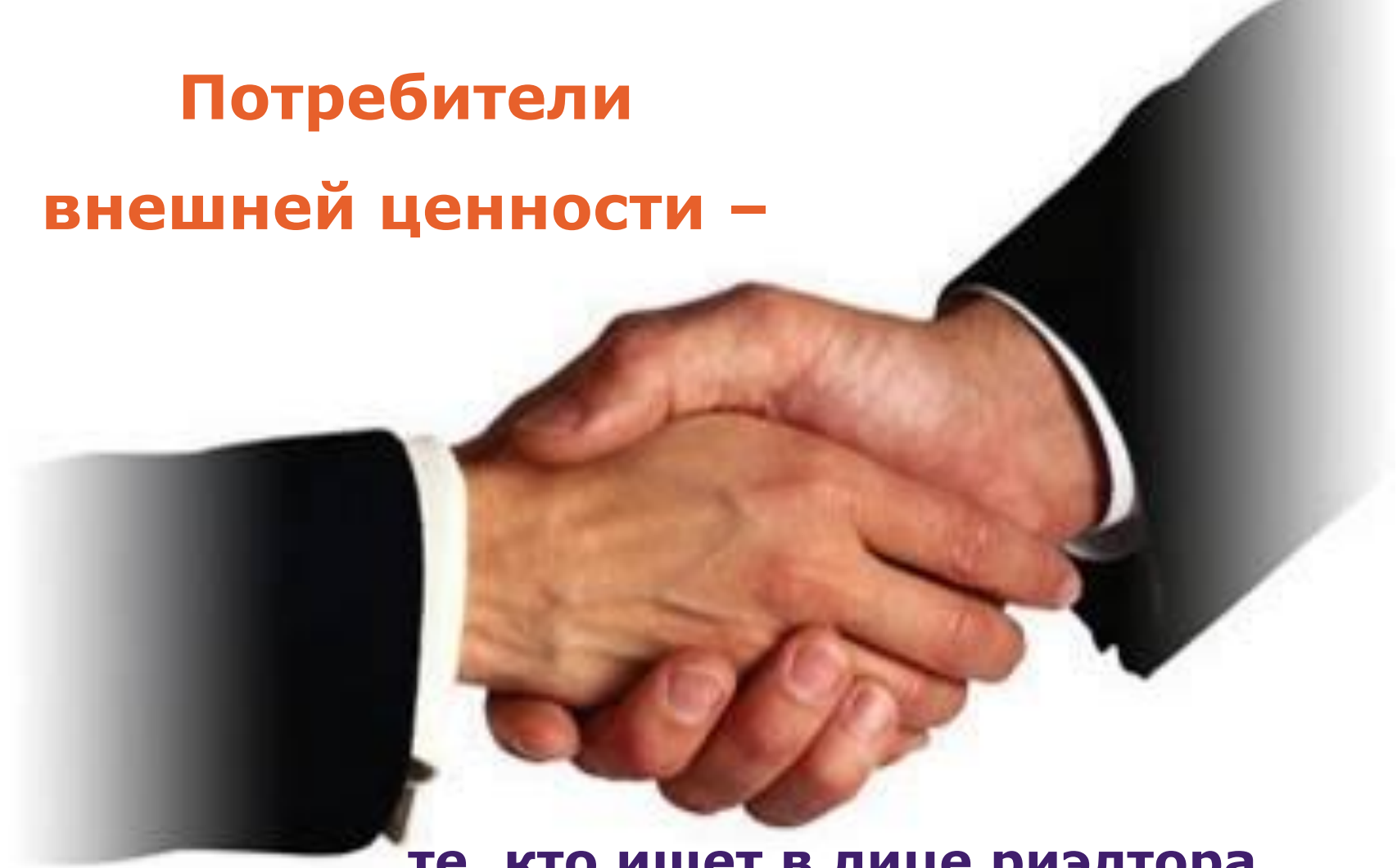


«ДА, справлюсь» -
потребитель
внутренней ценности



«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

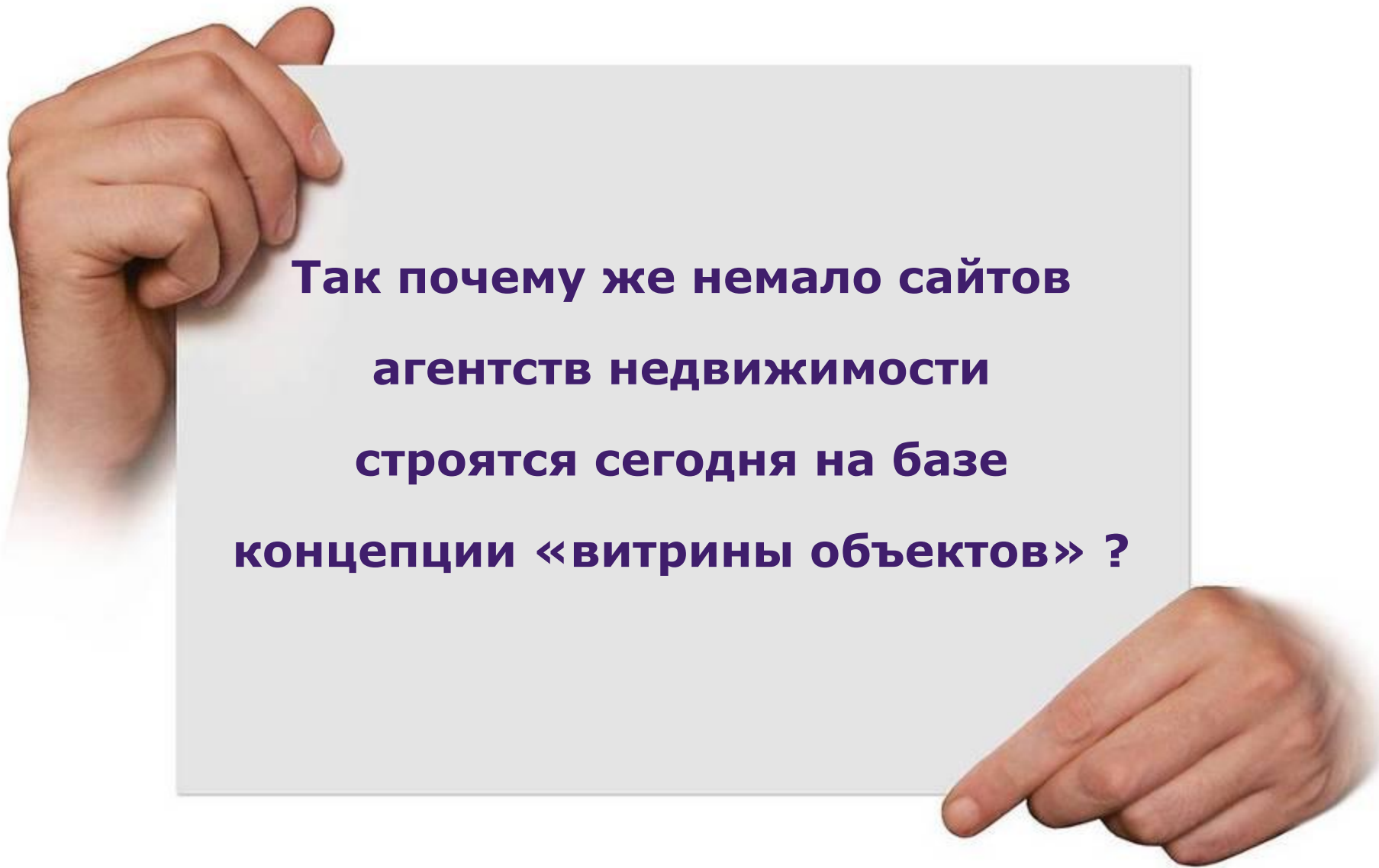


НОРМАЛЬНАЯ РЕАКЦИЯ КЛИЕНТА - ПОТРЕБИТЕЛЯ ВНЕШНЕЙ ЦЕННОСТИ, ПОПАВШЕГО НА САЙТ – «ВИТРИНУ ОБЪЕКТОВ»



**«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**

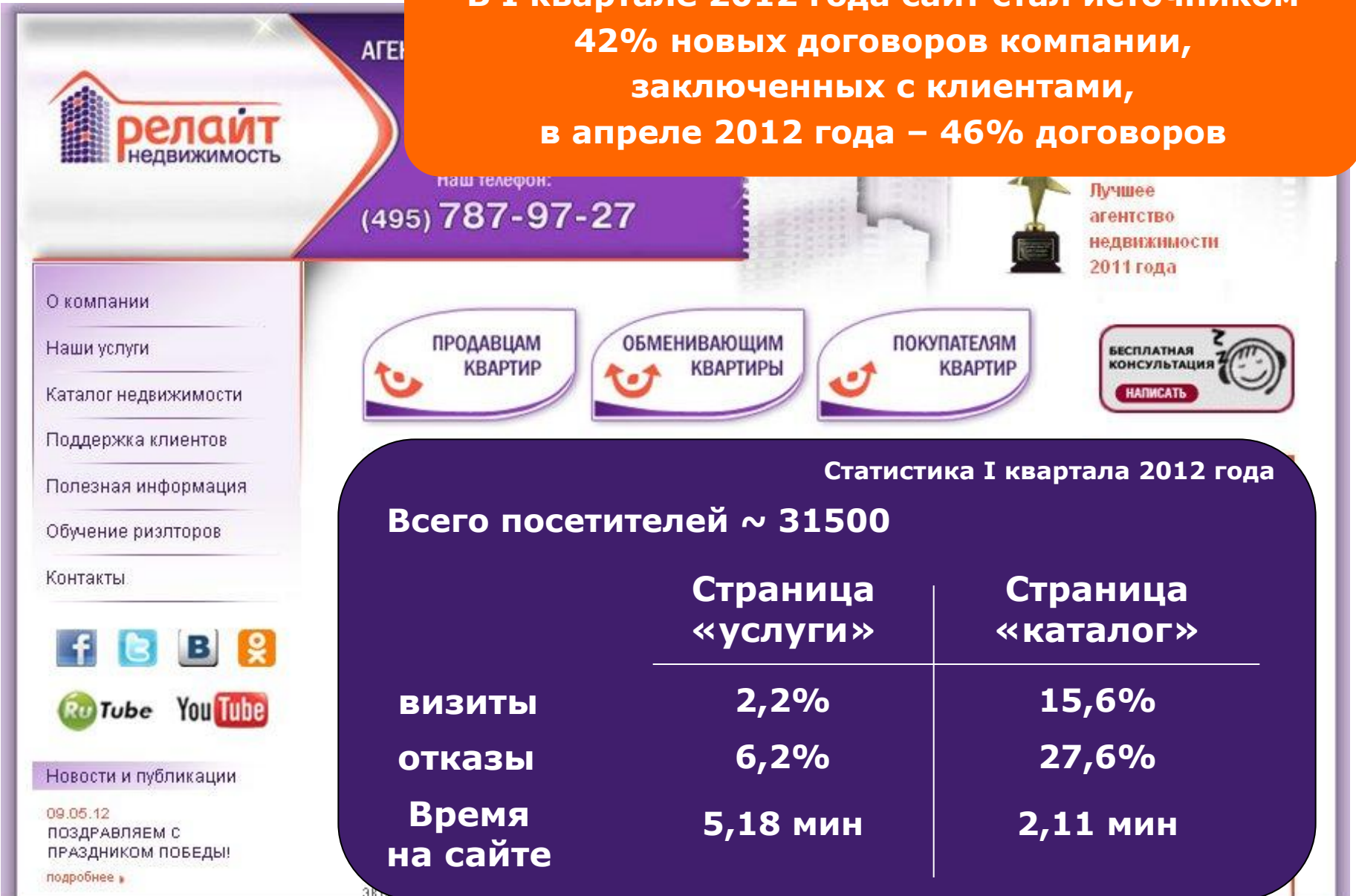
**Витрина
услуг**

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»
визиты	2,2%	15,6%
отказы	6,2%	27,6%
Время на сайте	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

<http://relait.ru>

***СПАСИБО
ЗА ВАШЕ ВНИМАНИЕ !***