МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
Гуманитарный колледж

Проект: продвижение застройщика Астерра девелопмент

Подготовлено Максимовым Петром студентом 301 группы

- Компания «Астерра Девелопмент» работает на рынке недвижимости Московской области, предлагая полный цикл девелоперских и реэлторских услуг, начиная от исследования, проектирования, строительства, продажи объектов недвижимости и до их управления.

Цель и задачи проекта

- Цель – продвижение застройщика Астерра девелопмент
- Задачи:
  - Расчёт целевой аудитории;
  - Выявление конкурентов;
  - Составление ценообразования;
  - Продвижение на рынке.

Карта проекта

Товары и услуги

- Проектирование, строительство, продажа объектов недвижимости и их управление.

Виды недвижимости:

- Таунхаусы
- Дома
- Земельные участки

Проекты

- Купавна City от 1.8 млн. ₽ (земельные участки)
- Орловъ от 7.52 млн. ₽ (дома и таунхаусы)
- Полтево Форест от 2.01 млн. ₽ (земельные участки)
- Романово Лайф (земельные участки)

Целевая аудитория

- Люди с семьёй от 20 лет с достатком выше среднего.

Конкурентная среда

- Основными конкурентами являются другие застройщики московской области, среди них:
  - ГК «Мега-Мечта»
  - «СтройИнвестТопаз»
  - «Ай Резиденс»

Место продажи

- Продажи на официальном сайте https://www.asterra.ru/
- Продажи через звонки

Продвижение

- Директ-реклама;
- Социальные сети:
  - Инстаграм
  - Фейсбук
- Сайты объявлений:
  - Авито
  - Циан

Цена

- Земельные участки от 1.8 млн. ₽
- Таунхаусы от 7.5 млн. ₽
- Дома от 12.9 млн . ₽

Целевая аудитория

формирование портрета клиента

виртуальный образ покупателя

- Мужчины и женщины с семьёй от 20 лет, проживающие в Москве и Подмосковье с достатком выше среднего.

Проблемы Целевой Аудитории

- Клиент хочет избежать мороки с документами, и хочет получить во владение качественную недвижимость.

Почему и зачем они хотят избежать проблемы

- После создания семьи, многим хочется иметь место, где можно отдохнуть, где можно жить и жить с комфортом. Поэтому им стоит купить недвижимость.

Результаты

- Клиент хочет приобрести качественную недвижимость, чтобы территория жилого комплекса была благоустроена и на ней была спокойная обстановка.

Что останавливает целевого клиента

- Сомнительные застройщики, плохо оборудованная территория в жилом комплексе отталкивают клиента от приобретения дома.