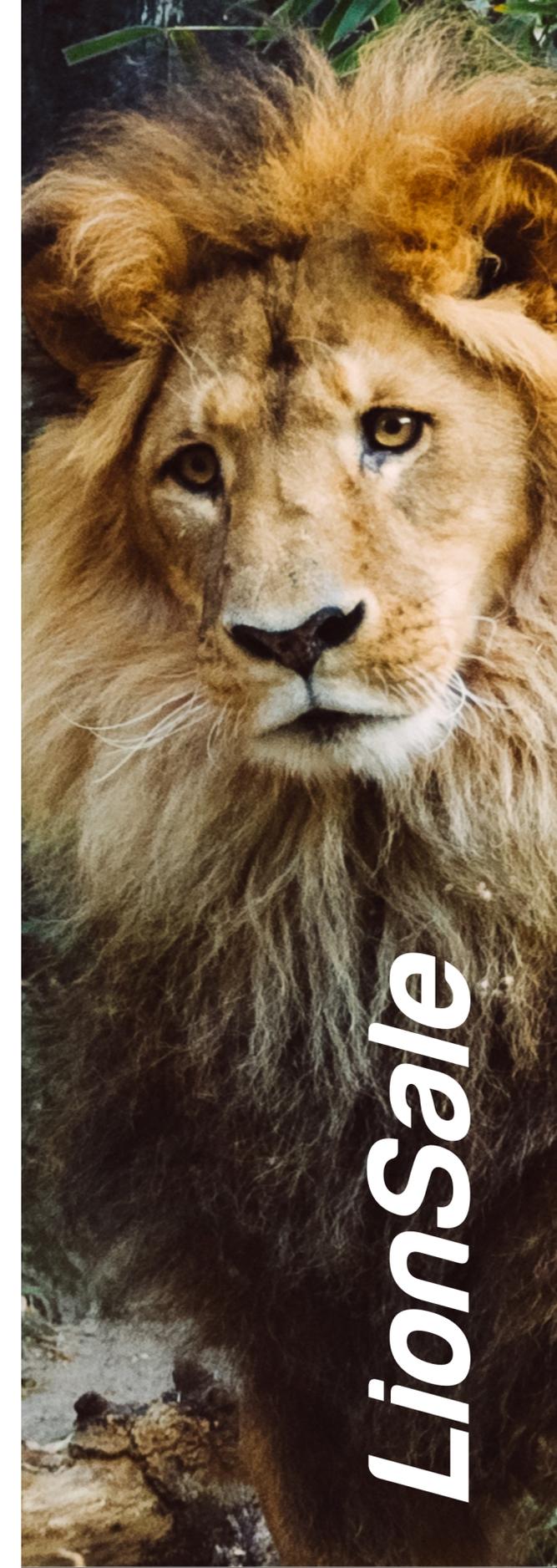


Как продавать сложные, проблемные новостройки

LionSale 

ПЛАН МАСТЕР-КЛАССА

- Типичные проблемы
- Что такое вообще проблемная новостройка?
- Определение реальных возможностей продаж и рынка
- Аудит, консалтинг – что у вас на самом деле происходит
- Метод средних показателей – чем вы хуже или лучше других
- Микроконверсия – детализируем проблему
- Квалификация лидов
- Какие бывают проблемы?
- Как найти решение? Тестирование идей
- Наглядные данные и отчеты
- Обосновываем свои решения и предложения



LionSale



Где продажи?

У нас самая модная реклама, вы просто не умеете продавать

Лиды все плохие, надо менять отдел маркетинга...

А что вы хотели? Дорого, пробки и нет отделки.

Может, дадим скидку 30%?

Переделать сайт и рекламу с моими подрядчиками.

Сделаем аудит, всех уволим и позовем моих знакомых

Денег мало, сдача далеко, конкуренты атакуют

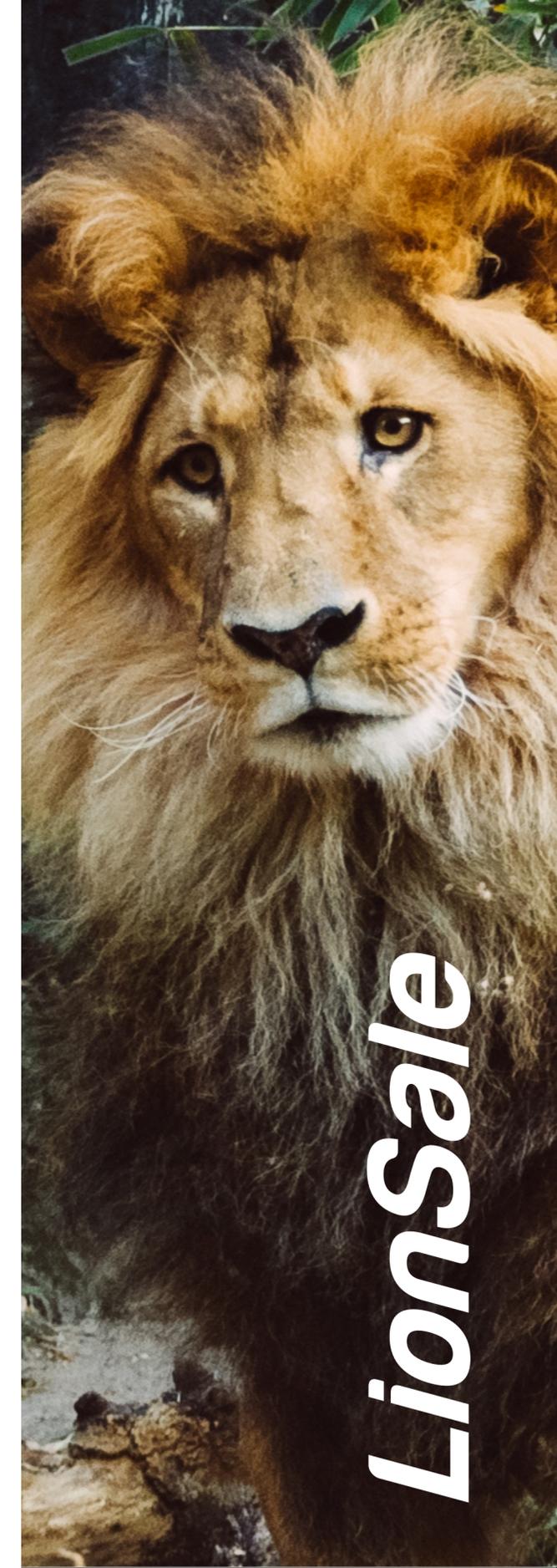
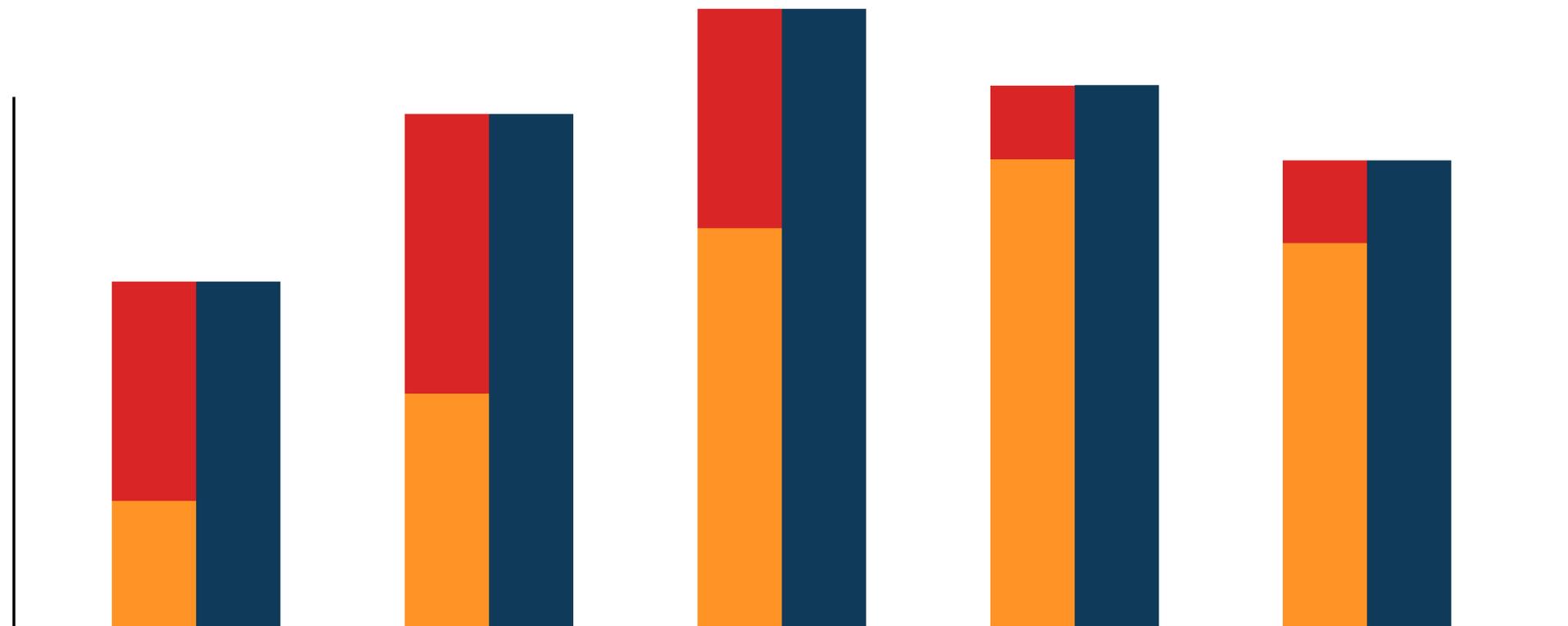
Уже 15-й раз всех увольняем и все переделываем, хорошо что я секретарша

ПЛАН ПРОДАЖ

Ключевая ошибка - не учитывать разность между планированием от потребностей и планированием от возможностей

■ Возможности продаж
■ Потребности в продажах

■ «Красная зона» - зона работы посредством нестандартных решений или дополнительного финансирования



LionSale

ОПРЕДЕЛЕНИЕ **РЕАЛЬНЫХ** ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОДАЖ

Маркетинговое исследование по прошлым данным + срез рынка

Классический метод

Показывает динамику продаж

Низкая достоверность

Ясен только потенциал продаж который может отличаться от факта

Неясна цена продажи

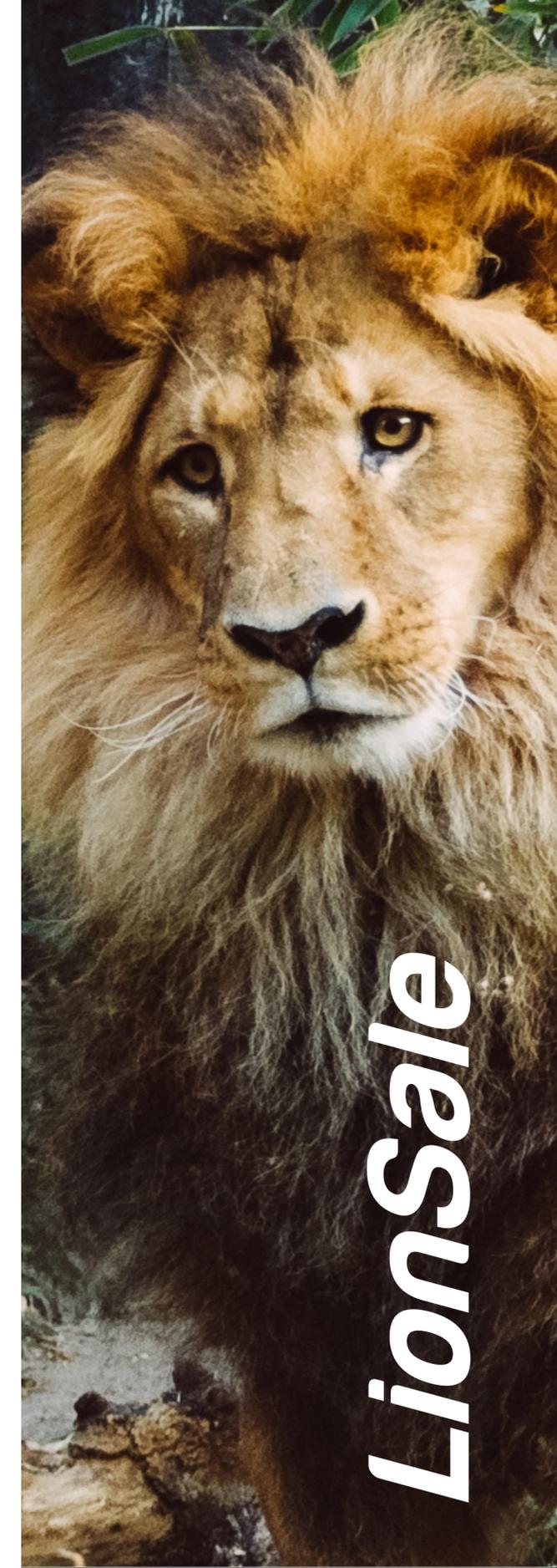
Реальный срез потребностей рынка «здесь и сейчас»

Высокая достоверность

Ясна цена продажи и реальные финансовые вложения

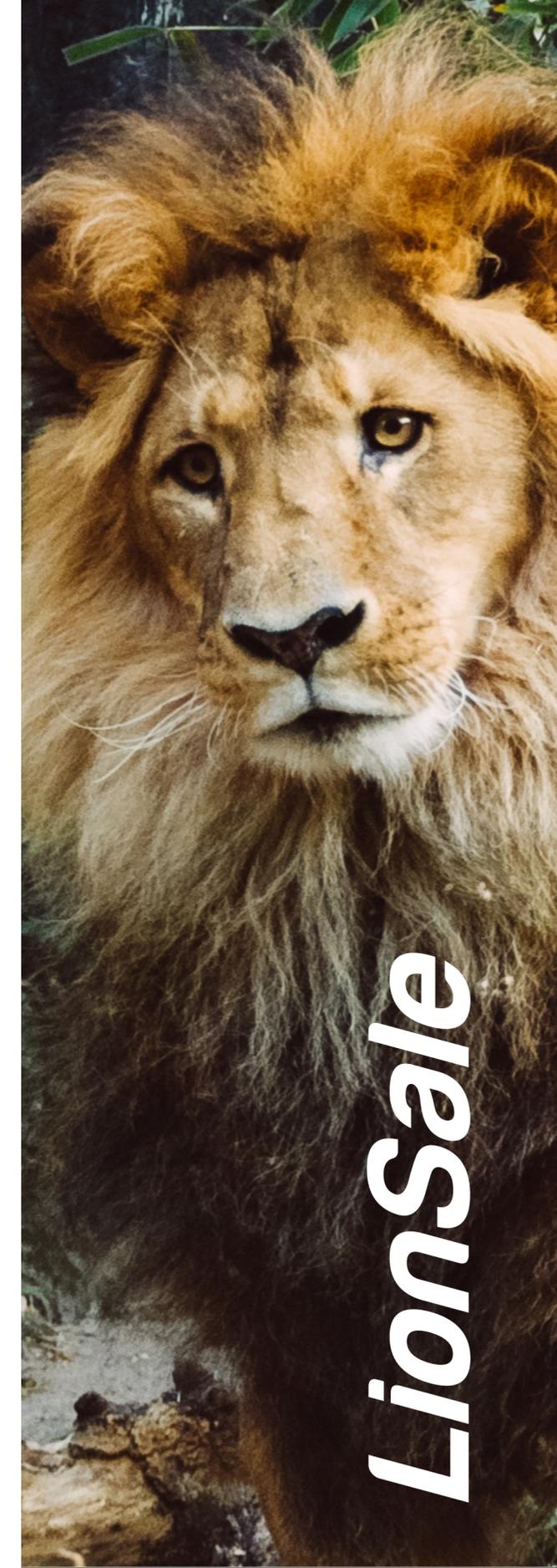
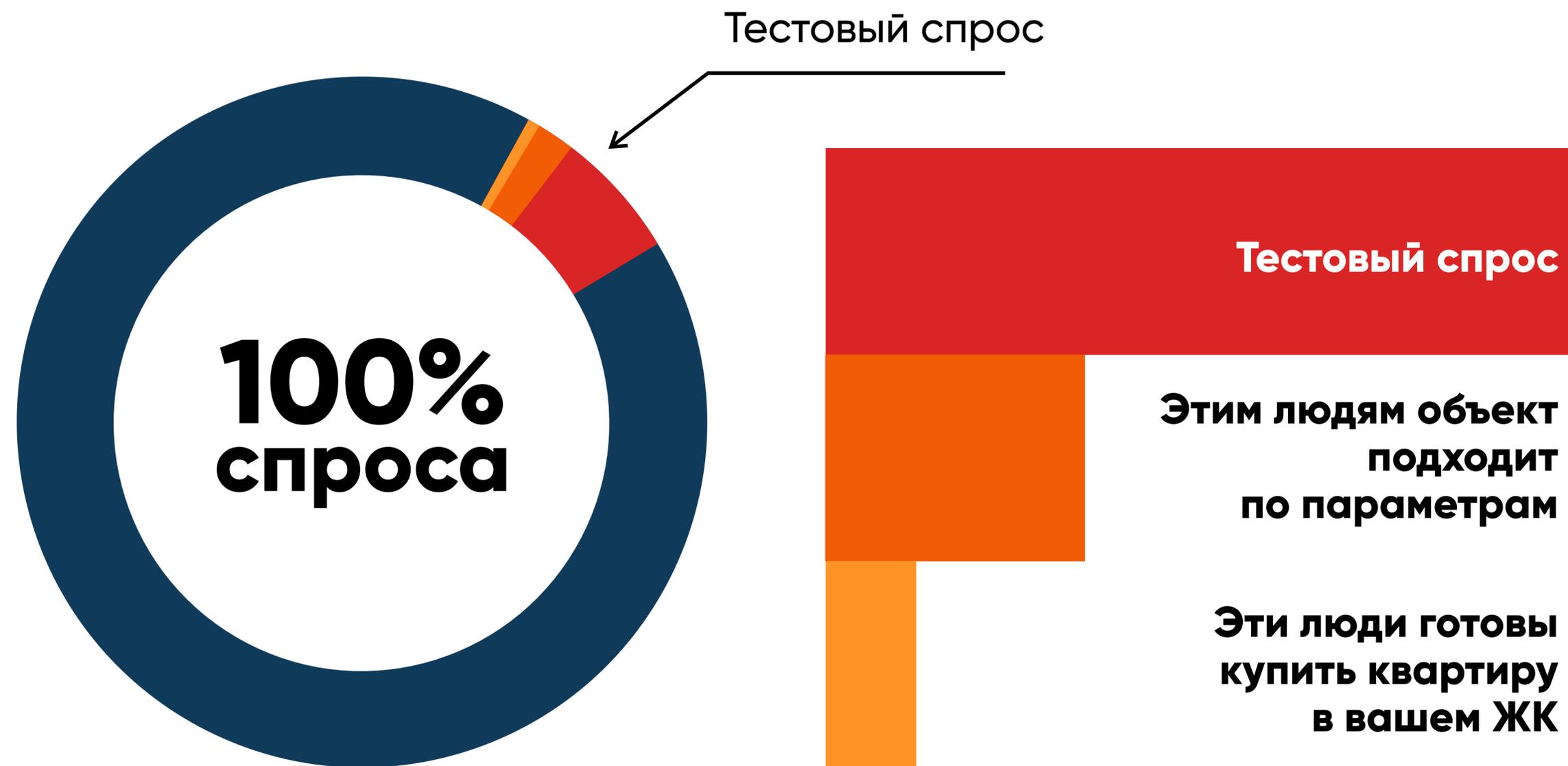
Не учитывает форс-мажоры и изменения рынка

Погрешность при масштабировании



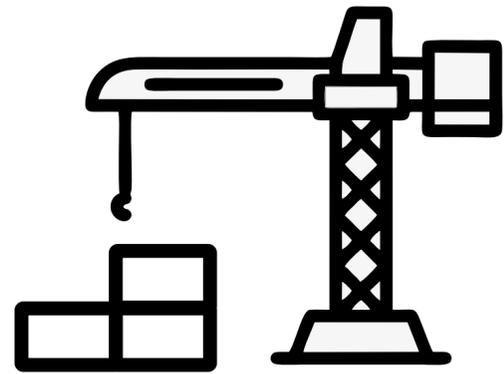
LionSale

ВОРОНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ

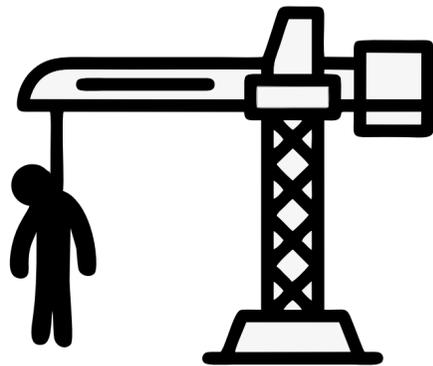


LionSale

РЕАЛЬНАЯ ОЦЕНКА СИТУАЦИИ



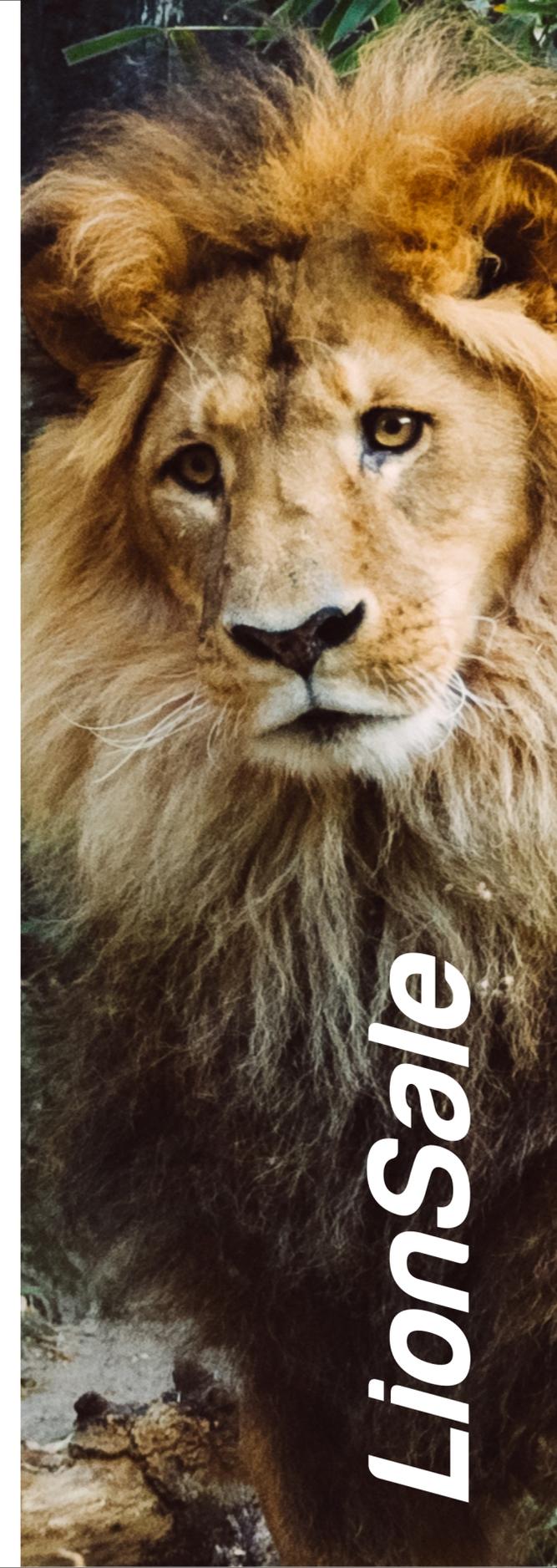
Что на самом деле



Согласно аудиту и консалтингу

Критерии качественного аудита или консалтинга

- Объективность (должна быть оценка реального влияния недостатков на конечный результат)
- Независимость и незангажированность
- Реализация силами вашего подрядчика, но не компании-аудитора
- Понятный результат и ответственность за него



LionSale

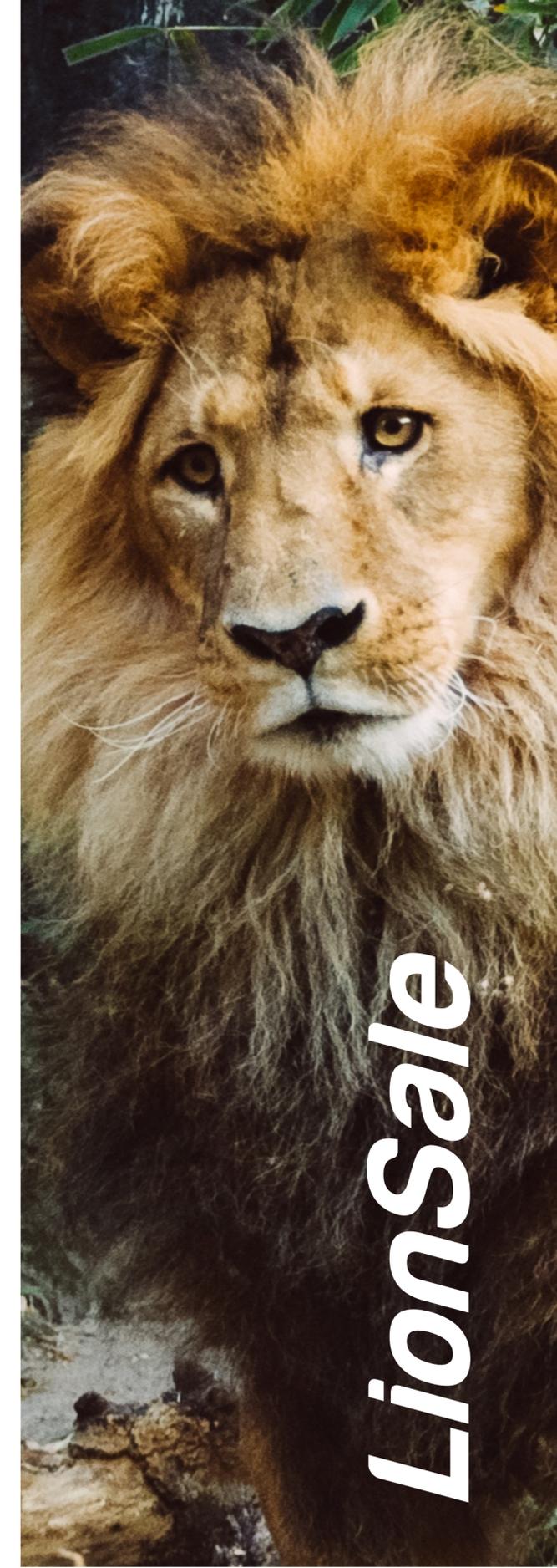
РЕАЛЬНАЯ ОЦЕНКА СИТУАЦИИ

Бюджет	2 000 000	1 000 000	2 000 000	2 000 000
Клики	20 000	12 000	10 000	30 000
CTR	1,2%	1,5%	1,1%	1,2%
Горячие лиды	25 5%	25 7,7%	25 11%	25 11%
Теплые лиды	75 15%	75 23%	70 31%	70 31%
Холодные лиды	400 80%	225 70%	130 58%	130 58%
Целевые лиды	500	325	225	225
Всего лидов	700	410	300	300
Конверсия	2,5%	2,7%	2,25%	1%
Цена целевого	4000	3075	11250	11250
Просмотры	50	40	15	35
Конверсия	10%	12%	6,7%	15,5%
Продажи	20	15	5	10
Конверсия	40% 4%	37,5% 4,6%	33% 2,2%	32% 4,5%
Цена продажи	100 000	67 000	400 000	200 000

среднерыночный показатель

текущий показатель

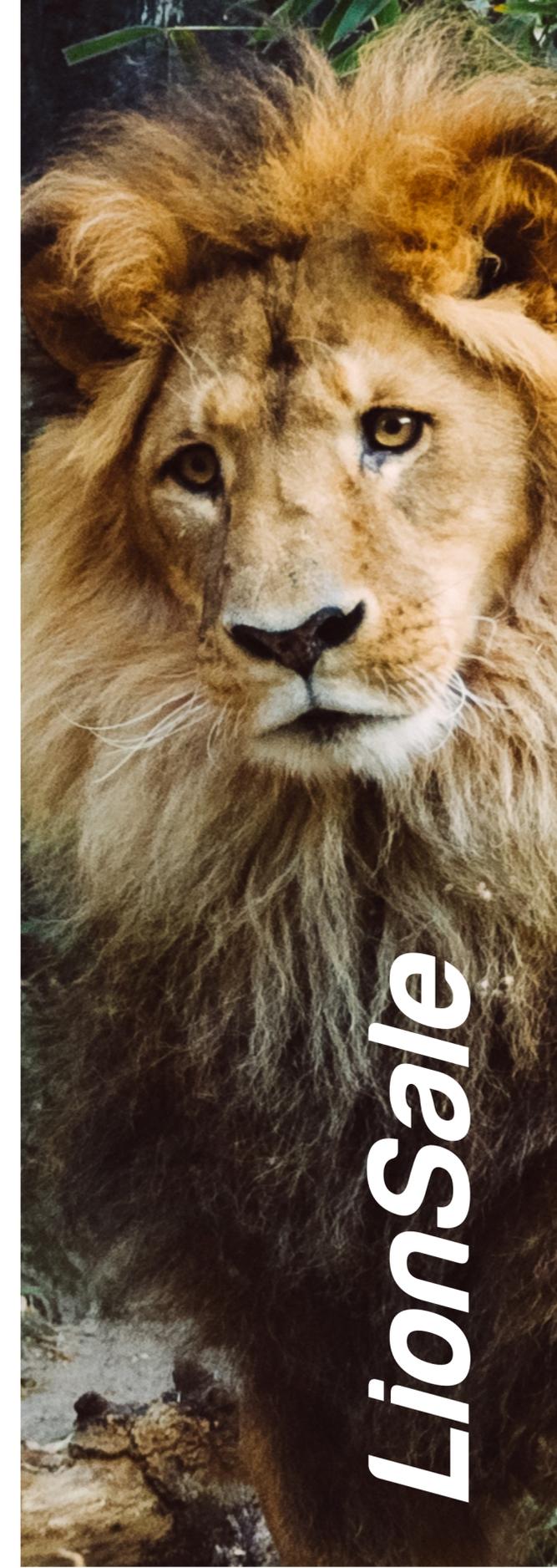
зона роста



LionSale

МИКРОКОНВЕРСИИ ОП

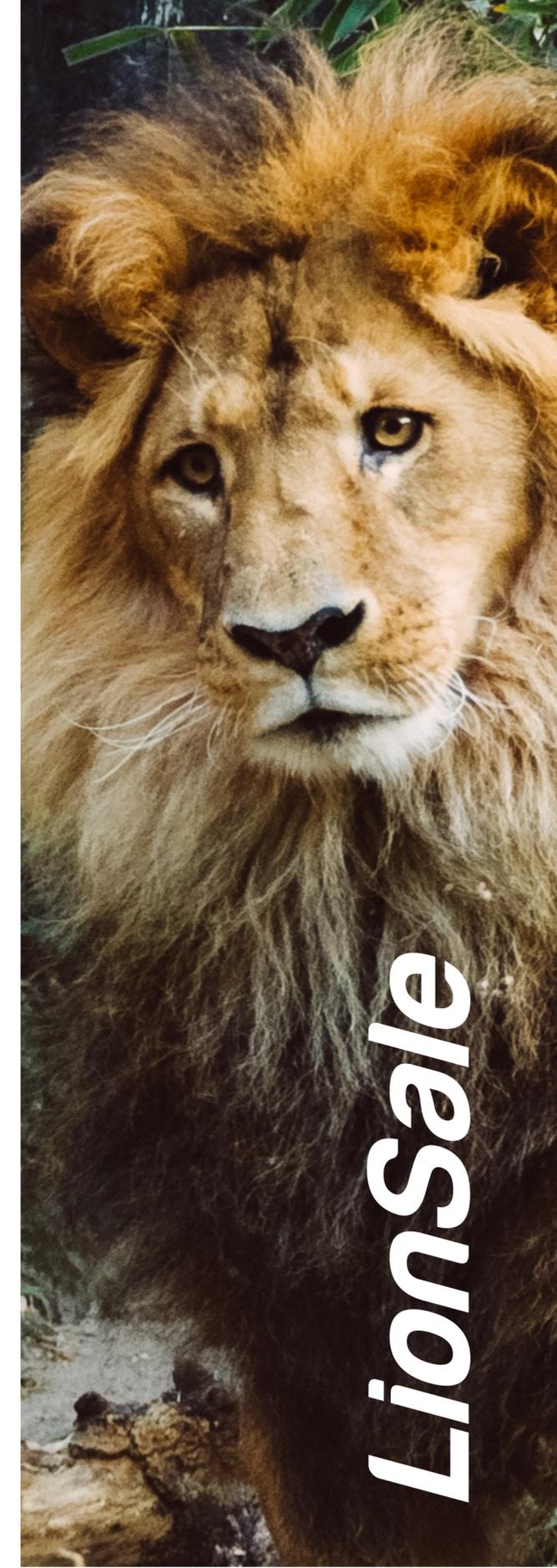
									%		%	
	Ретаргетинг	20	4	5	6	15	4	1	1	6,7	1	5,0
	По интересам	280	3	15	122	140	140	5	5	3,6	1	0,4
	ЯД Бренд	30	7	7	13	27	3	1	5	18,5	1	3,3
	РСЯ Бренд	35	8	8	19	35	0	0	4	11,4	1	2,9
	ГП Бренд	10	4	3	2	9	1	1	2	22,2	0	0,0
	ЯД Конкуренты	10	1	2	4	7	3	1	1	14,3	0	0,0
	РСЯ Конкуренты	15	1	2	8	11	4	0	1	9,1	1	6,7
	ГП Конкуренты	30	1	4	21	26	4	1	3	11,5	0	0,0
	ЯД Общие	10	0	2	7	9	0	1	1	11,1	0	0,0
	РСЯ Общие	10	0	0	6	6	2	2	2	33,3	1	10,0
	ГП Общие	10	0	2	6	8	2	0	2	25,0	0	0,0
	Авито	3	0	3	0	3	0	0	0	0,0	0	0,0
Циан	2	1	0	1	2	0	0	0	0,0	0	0,0	
Яндекс	4	1	2	1	4	0	0	1	25,0	1	25,0	
Домклик	2	0	1	1	2	0	0	1	50,0	0	0,0	
Забор и офис	5	2	0	3	5	0	0	1	20,0	0	0,0	
Щиты	2	0	0	2	2	0	0	0	0,0	0	0,0	



LionSale

МИКРОКОНВЕРСИИ **КОНТЕКСТА**

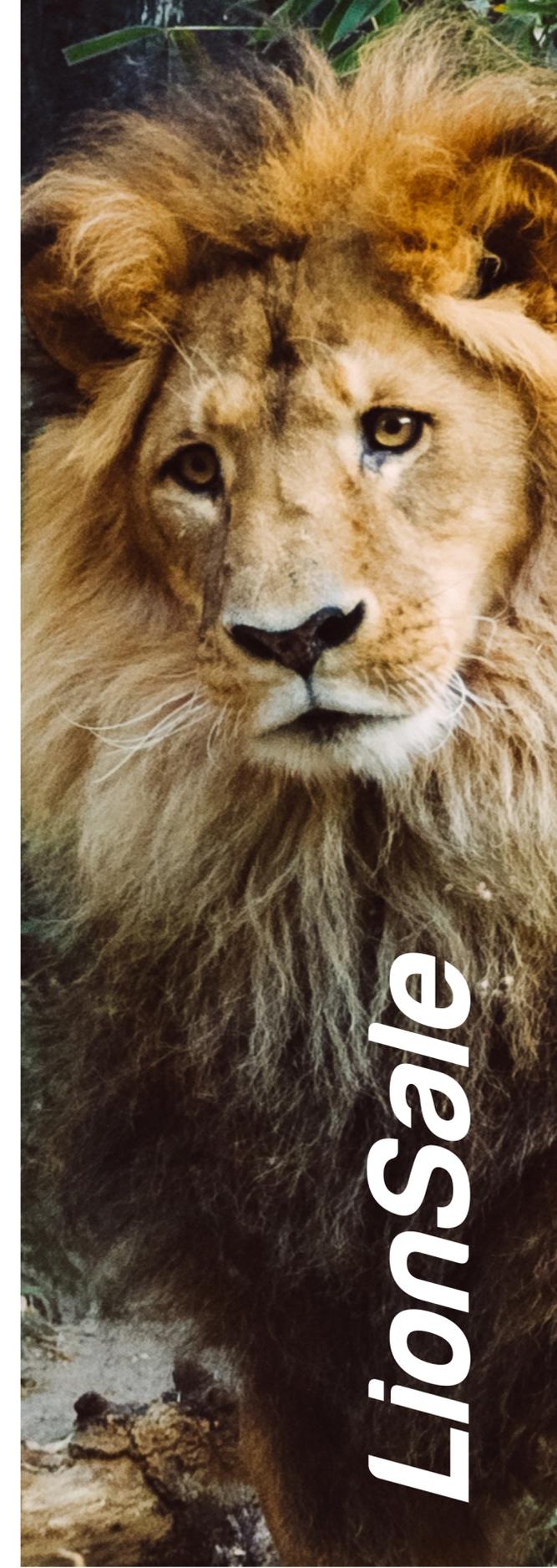
	Яндекс Поиск	Яндекс РСЯ	Google Поиск
Показы	2693	2213181	9009
Клики	570	8992	1735
CTR, %	21,17	0,41	19,26
Лиды	46	134	76
Конверсия, %	8,07	1,49	4,38
Бюджет	45972,23	225479,74	62626
Цена лида	999,40	1 682,68	824,03



LionSale

КВАЛИФИКАЦИЯ ЛИДОВ

Дата поступления	22.02.2018 15:09	22.02.2018 15:09
Дата обработки	22.02.2018 15:45	22.02.2018 15:45
Ответственный менеджер	Пантелеева И.Р.	Зюзин А.Р
Источник	Контекстная реклама, РСЯ	Авито
Детализация по источнику	Brand	
Тип	Обращение в мессенджер	Звонок
Имя клиента	Светлана	
Телефон	+7 915 458 34 93	+7 944 678 23 15
Цел/Нецел	Целевой	Целевой
Температура лида	7	3
Комментарий	Хочет двушку. есть 3 млн.	Хочет двушку. есть 3 млн.
Отказ/Встреча	Встреча	Отказ
Причина отказа		Цена
Комментарии причины		Хочет взять в ЖК Арис



LionSale

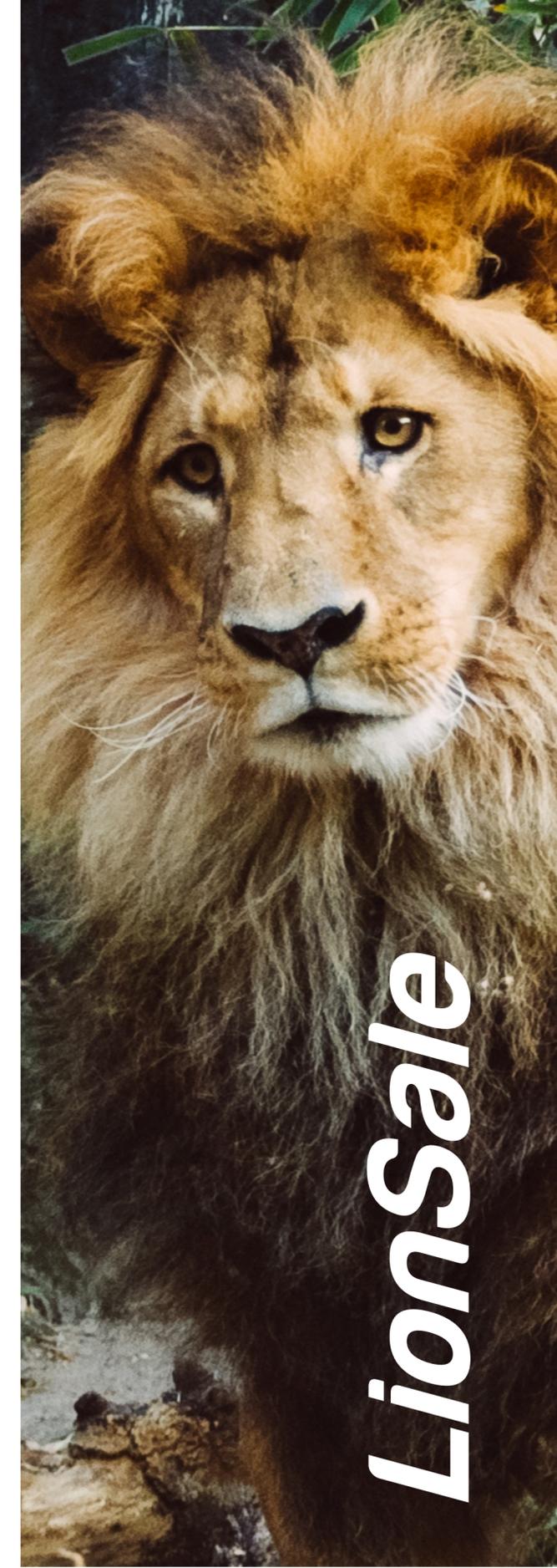
КВАЛИФИКАЦИЯ ЛИДОВ



- Нецелевые
- Целевые горячие
- Целевые теплые
- Целевые холодные

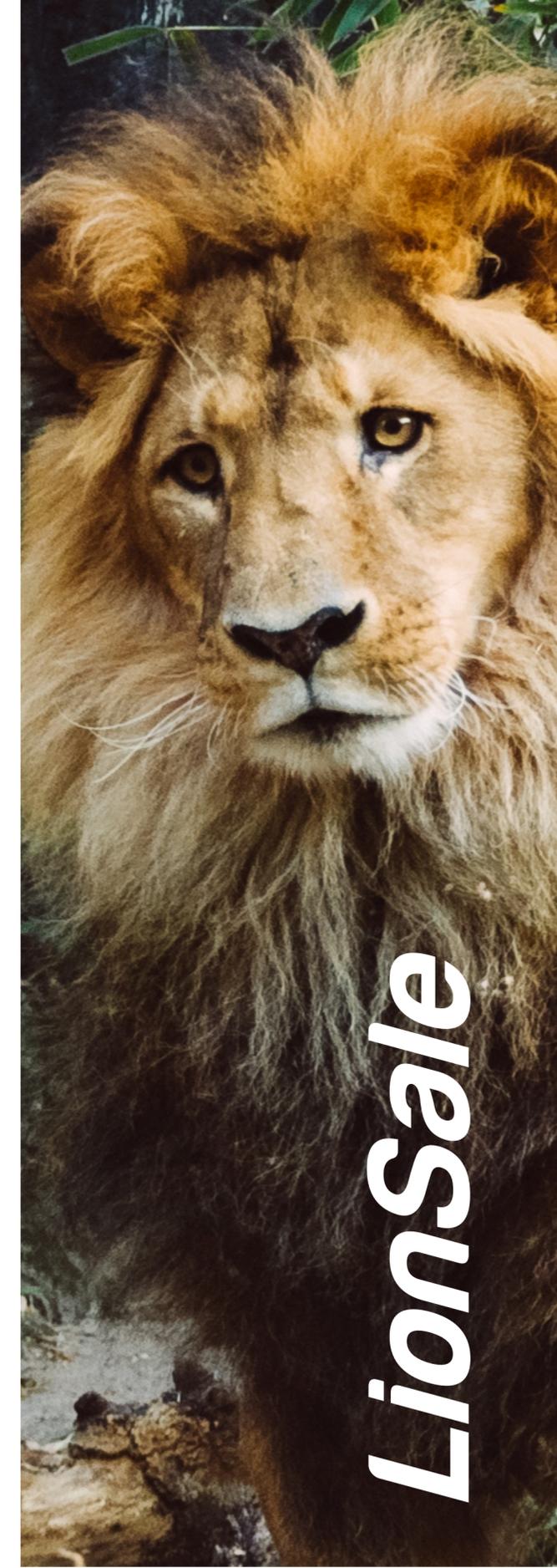


- Локация
- Цена
- Отказ ипотеки
- Планировки
- Срок сдачи
- Другое
- Неизвестно



АЛГОРИТМ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

- Составить объективный отчет с возможностью детализации до микроконверсий
- Определить красные зоны
- Сформировать все текущие замечания и предложения
- Замечания и предложения сортируются в порядке приоритетности с точки зрения влияния на конечный результат.
- Бюджет между всеми замечаниями распределяется таким образом, чтобы закрыть максимум красной зоны. При нехватке определяется необходимый объем бюджета
- Если решение выходит за область внутренних проблем – меняем точку приложения сил или характеристики объекта
- Составляется управленческий документ для отслеживания эффективности



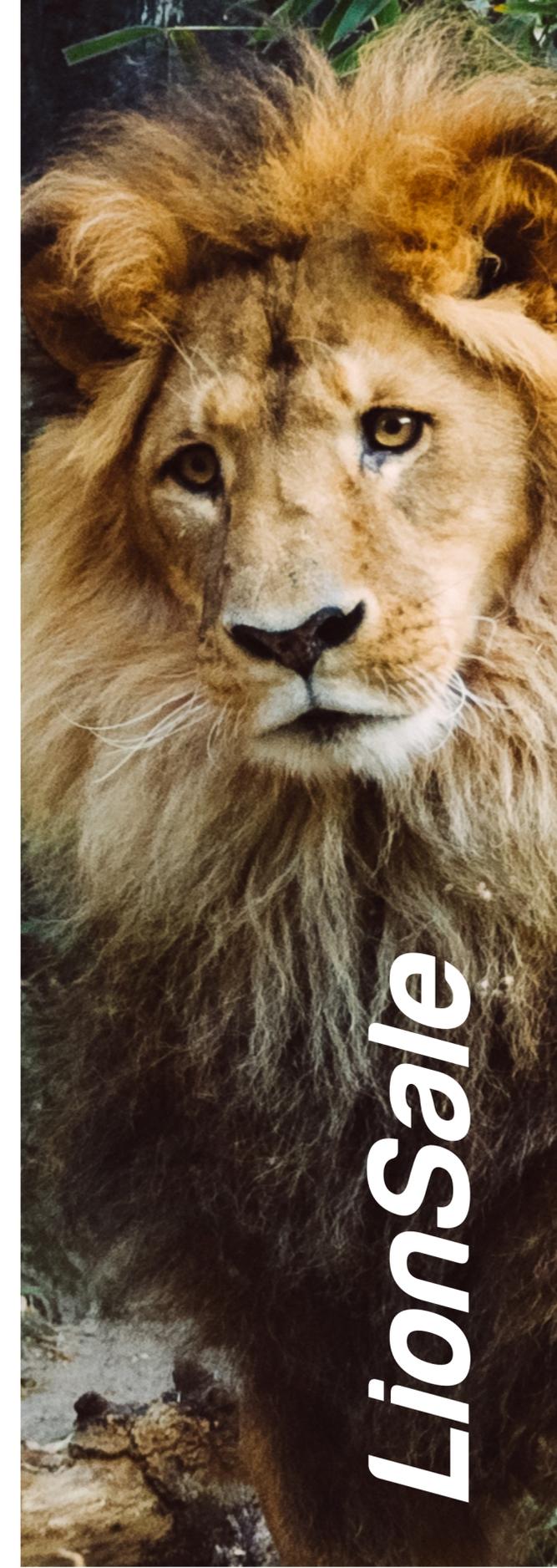
LionSale

ВИДЫ ПРОБЛЕМ

- Внешние и внутренние
- Реальные и надуманные
- Разрешимые и неразрешимые

Ключевые принципы:

- Сохранить базис, избежать ущерба текущей работе
- Достоверно сравнить
- Пробовать на микробюджетах
- Внутренние и разрешимые
- Внешние, но решаются адаптацией под обстоятельства
- Внешние, требуют серьезного пересмотра и реорганизации структуры и продукта. Такие проблемы полностью без потерь решить нельзя

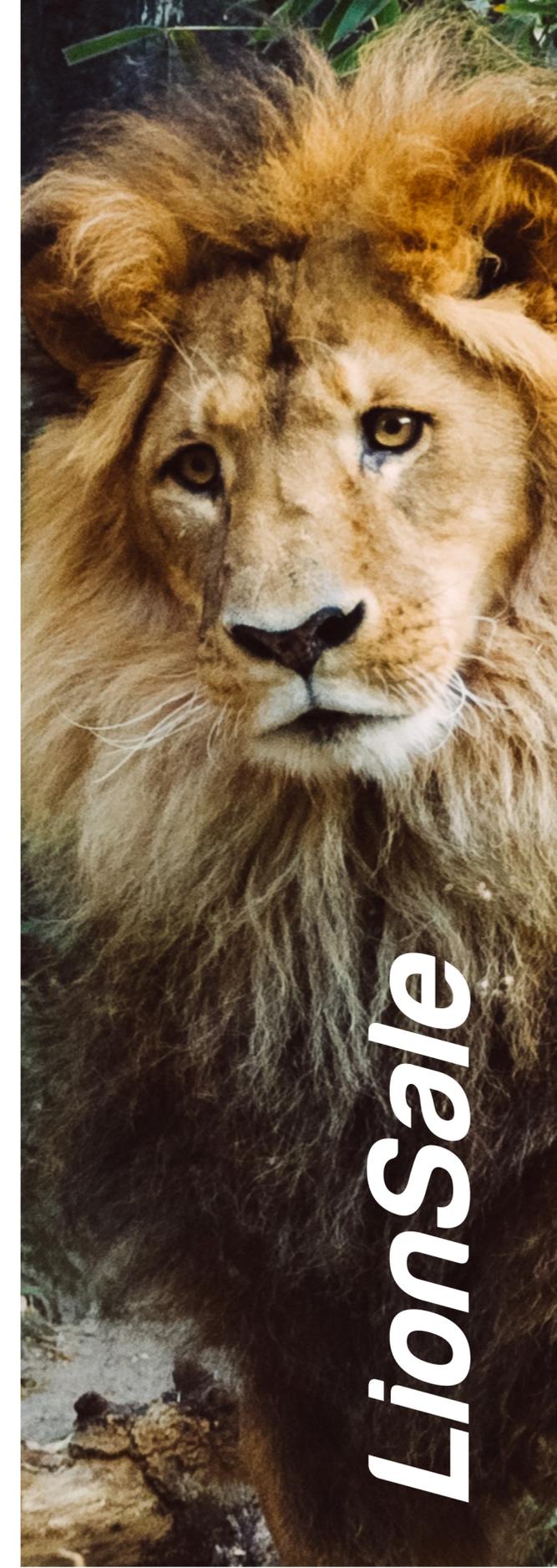


LionSale

НАГЛЯДНОСТЬ ДАННЫХ

Ежемесячно вы должны видеть следующую информацию для каждого канала притока клиентов:

1. Бюджет, количество и стоимость продаж их каждого источника
2. Количество показов и кликов, CTR по каждому подтипу рекламы (бренд, ретаргетинг, конкуренты, общие запросы и т.д.)
3. Конверсия в заявки, а именно:
 - 3.1. Общее количество
 - 3.2. Из них нецелевые и потерянные
 - 3.3. Из них горячие лиды и переход в показы или брони и их цена
 - 3.4. Из них теплые лиды в показы или брони и их цена
 - 3.5. Из них холодные лиды в показы или брони и их цена
4. Отсев с причинами
5. Динамика по сравнению с прошлым периодом



LionSale

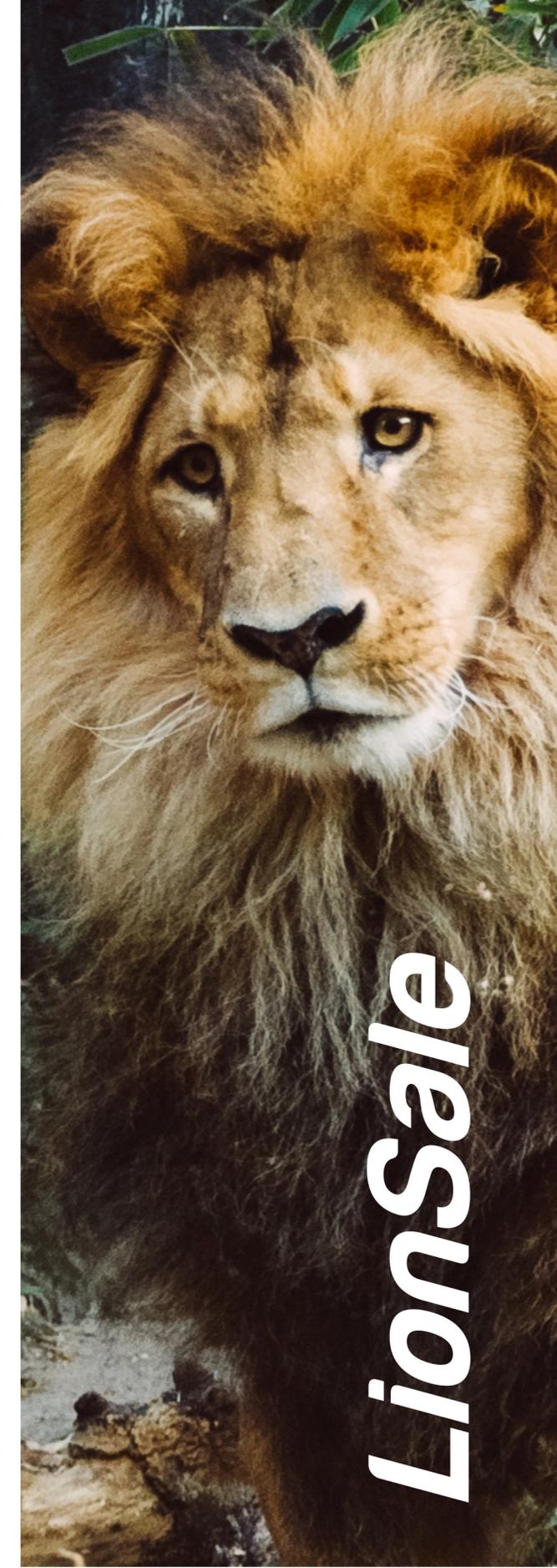
ОБОСНОВАНИЕ РЕШЕНИЙ

Прямое, когда вы работаете с отчетом, тонкими местами и поясняете, как какое-либо решение повлияет на конечный результат

От обратного - «хорошо, давайте сделаем»

Методы:

- **Моделирование** - предположим, мы реализовали это решение
- **Микроэксперимент** - реализовать идею в небольшой зоне или в рамках небольшого бюджета
- **Параллельная работа** - разные гипотезы/подрядчики/скрипты/идеи запускаются одновременно со сравнением результата



LionSale