

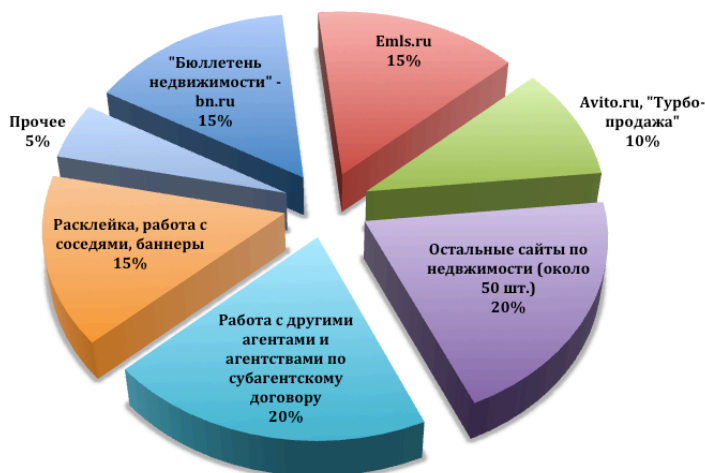
Маркетинговый план продажи квартиры

Цель – реализация объекта в кратчайшие сроки по максимальной цене.

Для достижения цели **мы обещаем:**

1. Подготовить фото и видео-материалы профессионального качества, а также презентации для представления объекта в наилучшем свете.
2. Произвести предпродажную подготовку объекта.
3. Назначить правильную начальную цену для рекламы, которая привлечет всех квалифицированных покупателей.
4. Разместить информацию об объекте на 58 основных сайтах о недвижимости (bn.ru, emls.ru, avito.ru, irr.ru, chance.ru, cian.ru, и другие). Обеспечить продвижение (гарантированные показы на самых популярных досках объявлений). Распространить информацию в социальных сетях. Предоставлять отчет 1 раз в 3 дня по телефону и 1 раз в неделю при личной встрече.
5. Осуществить рассылку риэлторам Санкт-Петербурга информации об объекте (база более 1000 адресов). Совершить звонки 100 самым активным агентам, работающим в данном сегменте рынка.
6. Выплатить вознаграждение в размере 3% любому агенту, который приведет покупателя, сделавшего лучшее предложение.
7. Разместить баннер на объекте.
8. Разместить видео-ролик об объекте на Youtube и на досках объявлений, обеспечить видео-продвижение.
9. Произвести в районе, где находится объект, расклейку объявлений о продаже (1 раз в неделю по 500 объявлений).
10. Уведомить жителей дома о продаже объекта через почтовые ящики, консьержей, ТСЖ. Распространить цветные презентации объекта по почтовым ящикам. Рекламная информация в лифтах и на стойках информации.
11. Разместить листовки на кассах соседних магазинов, в салонах красоты, спорт-клубах.
12. Провести дни открытых дверей для агентов и для покупателей.
13. Произвести рассылку по агентствам в регионах, где пользуется спросом недвижимость в Санкт-Петербурге. Произвести рассылку по крупным компаниям и инвесторам.
14. Произвести звонки в местные школы, бизнес-центры и компании с предложением о покупке объекта.
15. Представление объекта на семинарах среди профессионалов рынка недвижимости.
16. Презентация объекта на выставках о недвижимости в «Галерее объектов недвижимости».
17. Создать лендинг-пейдж (персональная «посадочная» страница в сети Интернет) для вашего объекта и запустить контекстную рекламу на Яндекс для вашего объекта недвижимости.

Охват рынка при проведении рекламной кампании объектов недвижимости*:



* по данным "Агентства хороших квартир" - Goodagent.ru

Правильное и полное осуществление маркетингового плана позволит привлечь максимальное количество покупателей, и, как следствие, продать объект по максимальной цене в короткий срок.

ПОЯВИЛИСЬ ВОПРОСЫ? ЗВОНИ! (812) 980-89-61