

Как продавать недвижимость в социальных сетях



ЦИФРЫ MYTARGET

АУДИТОРИЯ MYTARGET В РОССИИ



94%

Месячная доля рунета



70%

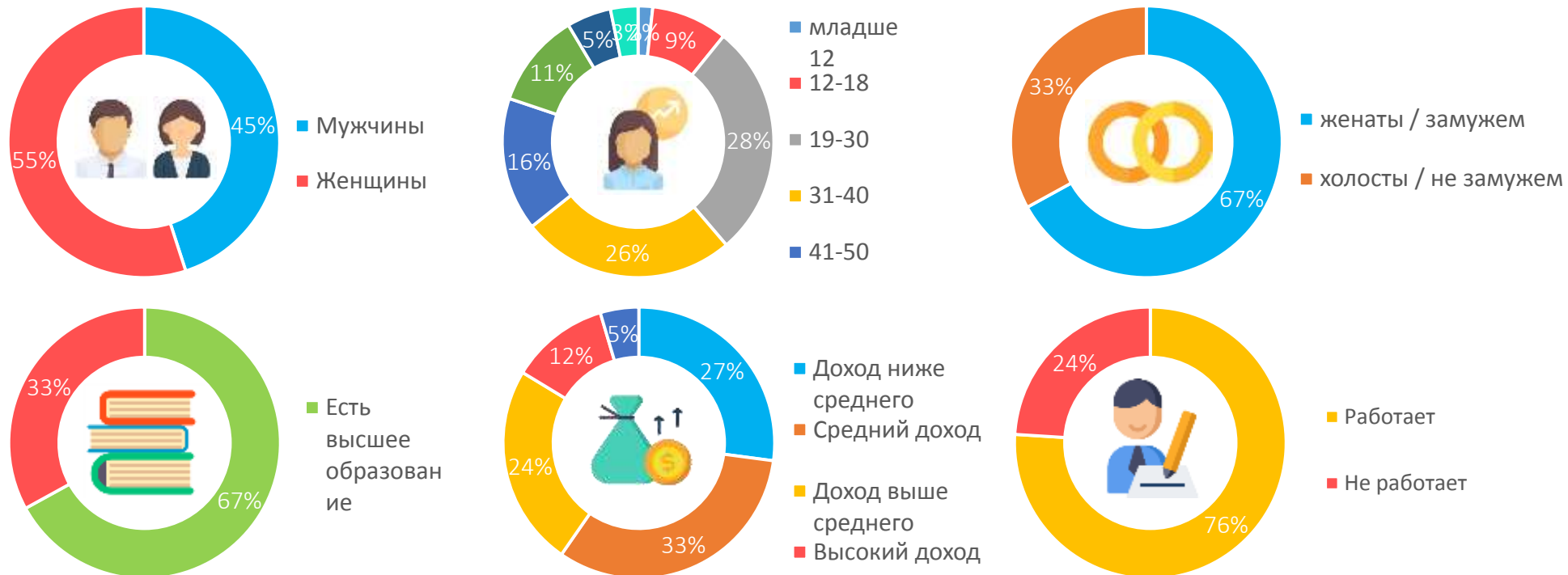
Дневная доля рунета



По данным Mediascope, Web Index, Россия (города 100+, 12-64 лет), январь 2019, % проникновения Mail.ru Group от всех посетителей Рунета в различных устройствах.
Mobile без учета мобильных браузеров и магазинов приложений.

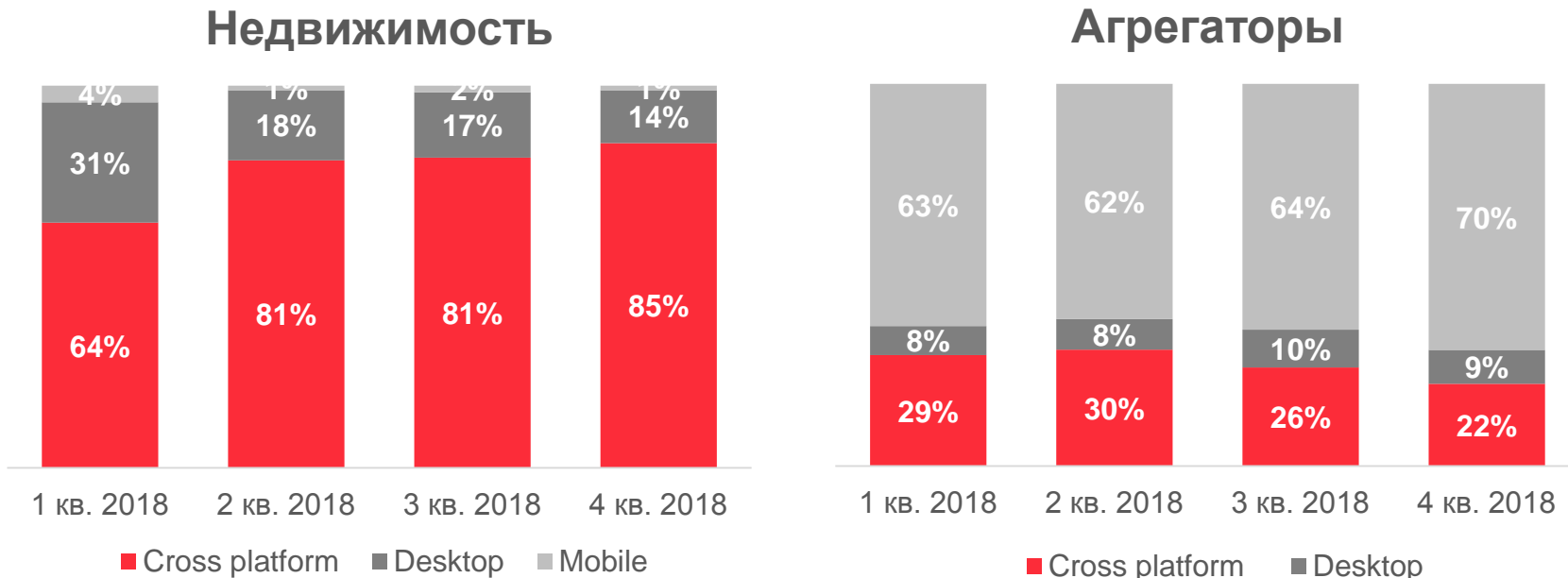
В аудитории с интересом к недвижимости преобладают люди 19-40 лет, с высшим образованием, работающие, со средним доходом и находящиеся в браке

Портрет аудитории с интересом к недвижимости на проектах Mail.Ru Group



В размещениях агрегаторов преобладают мобильные размещения, в рекламе недвижимости - кроссплатформенные

Динамика доли затрат типов рекламных форматов



■ Почти каждый десятый посетитель сервисов Mail.Ru Group интересуется недвижимостью

Аудитория с интересом к различным сегментам недвижимости



◆ АУДИТОРИИ

АУДИТОРИИ



Поисковые
запросы



Email
и телефонные номера



Группы и id пользователей
в ОК и ВК



MAC-адреса

КОНТЕКСТНЫЙ ТАРГЕТИНГ

phrase	stop_phrases	expires
квартира новой москве	аренда,снять,сдать,сдам,арендовать,сниму,дл	30
недвижимость новая москва	аренда,снять,сдать,сдам,арендовать,сниму,дл	30
жк новая москва	аренда,снять,сдать,сдам,арендовать,сниму,дл	30
новая квартира в москве	аренда,снять,сдать,сдам,арендовать,сниму,дл	30
квартира в ближнем подмоскво	аренда,снять,сдать,сдам,арендовать,сниму,дл	30
кватура подмосковье	аренда,снять,сдать,сдам,арендовать,сниму,дл	30
а101 новая москва	аренда,снять,сдать,сдам,арендовать,сниму,дл	30
квартиры троицк	аренда,снять,сдать,сдам,арендовать,сниму,дл	30
квартира в московской област	аренда,снять,сдать,сдам,арендовать,сниму,дл	30
квартира подмосковье	аренда,снять,сдать,сдам,арендовать,сниму,дл	30

АУДИТОРИИ

РЕМАРКЕТИНГ

События на сайте

действия, продуктовый фид



События в приложении

регистрации, покупки, действия



События в РК

клики, показы, просмотры



Продвижение недвижимости группы компаний ПИК

ЗАДАЧА

Получить конверсии из клика в звонок по минимальной стоимости

ИНСТРУМЕНТЫ

- Продуктовая карусель
- Мультиформат
- Динамический ремаркетинг

РЕЗУЛЬТАТЫ

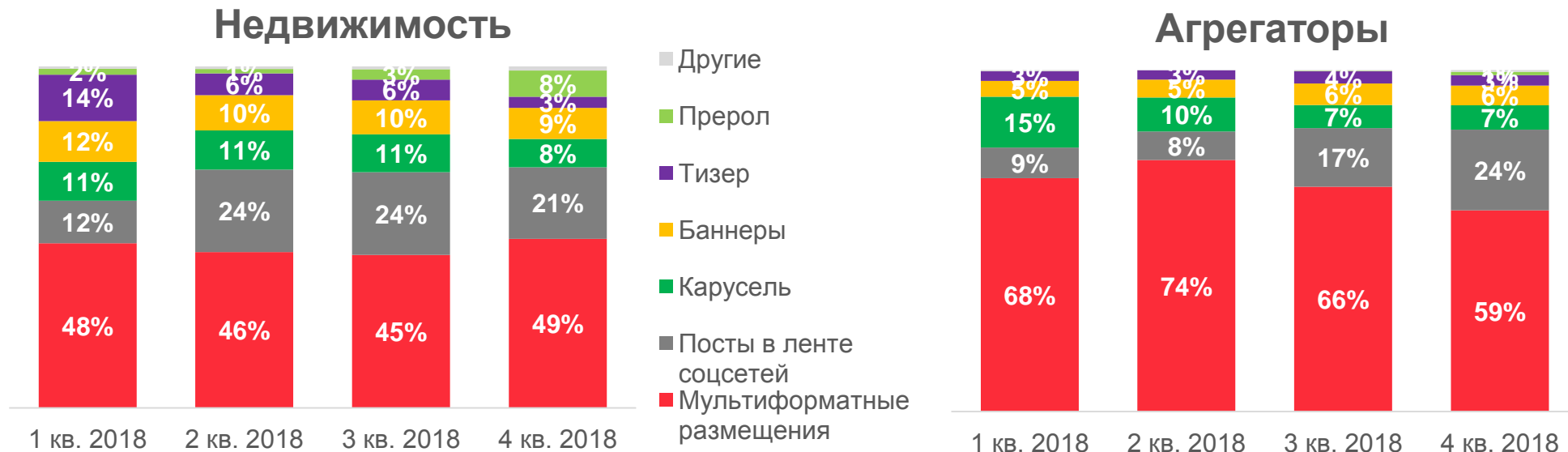
Получили звонки по цене на **58%** ниже планируемого значения



◆ РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ

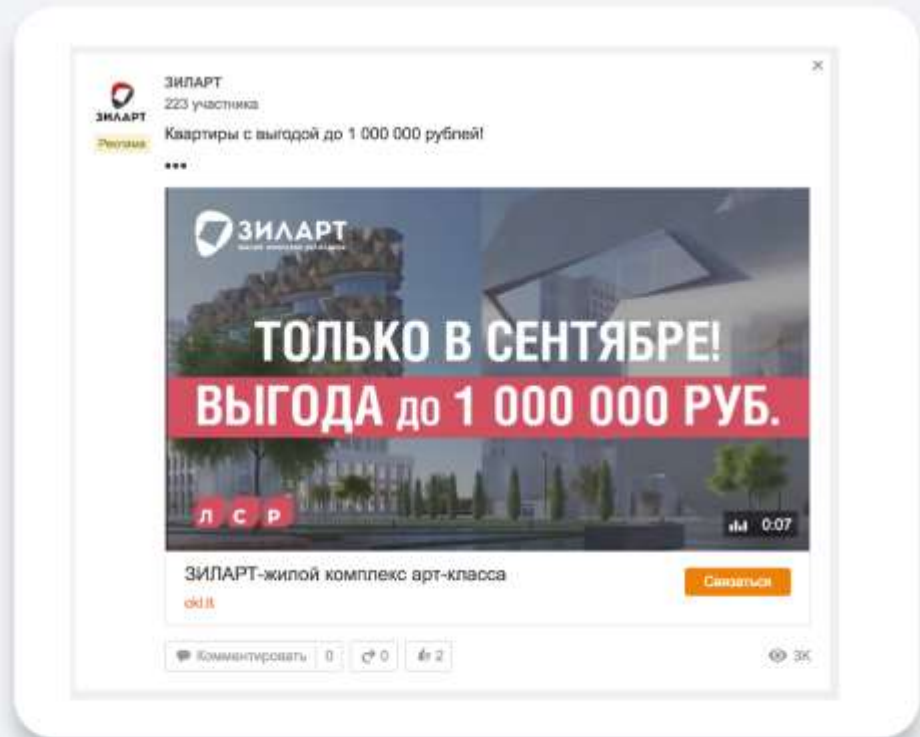
■ В размещениях агрегаторов и недвижимости преобладают мультиформатные размещения и посты в ленте соцсетей






Динамика доли затрат рекламных форматов



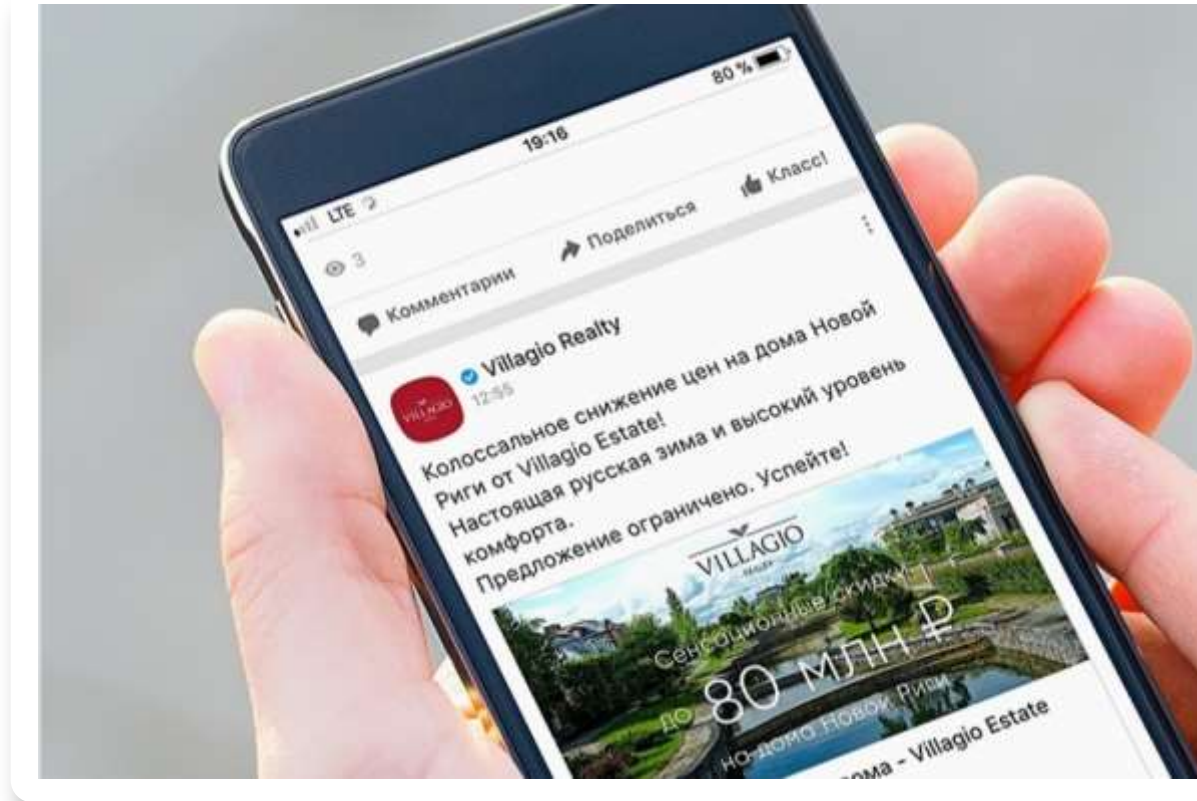
I ЖК «Зиларт». Видео с кнопкой

adventum.



-  **Период рекламной кампании**
01.08-31.08
-  **Количество первичных – целевых заявок: 15**
-  **Стоимость целевой заявки на 55% ниже запланированного KPI**
-  **Показы: 2 078 201**
-  **Клики: 31 230**

LEAD ADS



Технические требования: <https://target.my.com/adv/help/adverts/leadads/>

Опыт продвижения недвижимости ЖК «Славянка» (Краснодар)

КРІ

CPL ≤ 700 ₹

CPA ≤ 30 000 ₹

ИНСТРУМЕНТЫ

- Мультиформат
- Lead Ads

БЮДЖЕТ

57 196 ₹

ОХВАТ

536 643

пользователя

ВЫРУЧКА

8,5 млн ₹

126 заявок, CPL = 453 ₹

4 сделки, CPA = 14 299 ₹



Продвижение ЖК бизнес-класса «Вдохновение»

ЗАДАЧА

Увеличить количество заявок на консультацию и число повторных посещений сайта.

CPC < 20 ₽

CPL < 3 500 ₽

CPA < 60 000 ₽

РЕЗУЛЬТАТЫ

Получили 35 лидов по 2 988 ₽ — на 15% ниже KPI.

5 сделок по продаже квартир по 20 916 ₽ — в 3 раза ниже KPI.

Выручка по итогам кампании — 9,9 млн ₽.

ИНСТРУМЕНТЫ

Мультиформат, Карусель

36–75 лет средний выше среднего

премиум высокий доход

Интересы: продажа новостроек

продажа загородной недвижимости

зарубежная недвижимость

продажа вторичной недвижимости

продажа коммерческой недвижимости

ипотека

