

Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге объекта, как способ генерации входящего трафика.



**Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге
объекта, как способ генерации входящего
трафика.**

ЦЕЛЬ: настройка рекламной
кампании в компании
недвижимости

**Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге
объекта, как способ генерации входящего
трафика.**

Целевая аудитория:

Сотрудник недвижимости,
руководитель ОП, отдел маркетинга

**Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге
объекта, как способ генерации входящего
трафика.**

ЭТАП №1

Классификация фонда

Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге объекта, как способ генерации входящего трафика.

Наименование фонда	Источник	Объем фонда, шт.	Комнатность	Локация	V публикаций всего	V публикаций Вашей компании
Пример						
"Старый фонд" 1-9 эт.	авито	230	1-ки	Советский район	124	8

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	R	W	AC	AH	AM	AS	AX	BC	BD	BE
1	Источник звонка		04.03.2017	11.03.2017	18.03.2017	25.03.2017	март	01.04.2017	08.04.2017	15.04.2017	22.04.2017	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	2018 год	
2	Авито		2	4	4	15	47	22	23													
3	Яндекс недвижимость		3	6	3	1	19	6														
4	ЦИАН Воронеж			0			0															
5	Инфолайн Воронеж			0			0															
6	ИРР Воронеж			0			0															
7	Суперриэлт Воронеж			0		1	2	1	1													
8	Сайт ФОН			4	5	1	10															
9	Домклик СБ			0			1	1														
10	Звонок 8-800-450-57-57			0			0															
11	Заявка с e-mail ФОН			0			0															
12	Группа ВК			0			0															
17							0															
18	Кол-во в рекламе АВИТО		0	13	37	74	119	119	123													
19	Повторных звонков		0	0	0		0	0	0													
20	Кол-во встреч (авито/сайт)		2	2/0	/0	4 (3/1)	12/(8/1)	5/(2/0)	4/(4/0)													
21	итого:																					
22																						
23	всего звонков		5	14	12	18	79	30	24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	повторных звонков																					
25	"Современное" 20+ эт.			9	6	8	32	9	3													
26	1-комнатные			27	37	41/4	46/8	46/2	51/0													
27	2-комнатные			11	13	16/3	18/9	18/5	23/3													
28	3-комнатные			16	24	22/1	24/14	24/1	22/0													
29	4-комнатная						0/1	0/1	0/0													
30	ОП Писарева база/реклама			34/2	44/3	46/5	48/7	48/7	50/10													
31	ОП Маслова база/реклама			20/6	30/8	33/13	41/14	41/14	46/10													
32	помещение						1/0	1/0	1/0													
33																						
34	Объектов в базе ФОН			54	74	79	89	89	97													
35	Объектов в рекламе АВИТО/город			4/	11/	18/6224	19/6282	19/6282	20/7250													
36																						
37																						
38																						
39	"Старый фонд" 1-16 эт.			4	2	5	15	4	2													
40	1-комнатные			7	7	22/5	21/6	21/1	19/2													
41	2-комнатные			2	2	10/0	15/8	15/3	19/0													
42	3-комнатные			6	6	21/0	20/1	20/0	20/0													
43	4-комнатные			1	1	1/0	5/0	5/0	5/0													

**Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге
объекта, как способ генерации входящего
трафика.**

**Вывод: учет рекламного трафика
определяет частоту запроса**

**Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге
объекта, как способ генерации входящего
трафика.**

**Польза: четко выверенные
рекламные лимиты**

Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге объекта, как способ генерации входящего трафика.

ФИО специалиста _____

ЗАЯВКА			
На выгрузку объектов на AVITO			
№	Адрес объекта (код объекта)	Подпись	Дата подачи
1			
2			
3			
4			

ФИО специалиста _____

ЗАЯВКА			
На выгрузку объектов на ЦИАН			
№	Адрес объекта (код объекта)	Подпись	Дата подачи
1			
2			
3			
4			

**Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге
объекта, как способ генерации входящего
трафика.**

Позволяет настроить правильно
рекламную компанию

**Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге
объекта, как способ генерации входящего
трафика.**

Самый дешевый клиентский запрос

Тема: **Высокочастотные запросы в маркетинге
объекта, как способ генерации входящего
трафика.**

Двухфакторная модель

Объем публикаций в
сегменте

Эластичные лимиты

Тема: **Высокочастотные запросы в маркетинге объекта, как способ генерации входящего трафика.**

Необходимо

Оценка объема публикаций сегмента

Оценка публикаций конкурента

Оценка соотношения ваших публикаций к общему объему и объему конкурентов

Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге объекта, как способ генерации входящего трафика.

Ключевой вывод



Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге объекта, как способ генерации входящего трафика.

Набор высокочастотной базы

	A	B	G	L	Q	R	S	T	U	V	AB	AG	AM	A
1	Источник звонка	январь	февраль	март	01.04.2018	10.04.2018	15.04.2018	22.04.2018	апрель	май	июнь	июль	авг	
2	авито	305	335	286	65	69								
3	баннеры	13	17	23	1	10								
4	домофонд	3	2	2	0	0								
5	пешеходы	15	12	8	2	0								
6	застройщик	0			1	0								
7	рекомендация	12	30	24	3	2								
8	сайт	26	37	39	11	7								
9	презентация Фин. центр	1	0	0	0	0								
10	яндекс недвижимость	48	50	36	11	7								
11	ИРР	6	15	7	5	3								
12	циан		40	42	10	5								
13	иное	46	4	3	1	0								
14	домклик	0	1	0	0	0								
15	моя реклама	4	7	9	5	3								
16	кол-во объявлений в авито				225									
17	повторных звонков	16	7	3	7	21								
18	кол-во встреч (авито/сайт)	73 (31/15)	108(78/5)	90(46/9)	18(11/2)	15(12/3)								
19	итого:	479	554	478	115	108								
20														
21	всего звонков	479	554	478	115	108								
22	повторных звонков	16	7	3	7	21								
23	улучшенные	216 (134/10)	239(142/20)	186(111/14)	43(26/2)	37(20/4)								
24	1-комнатные	86(53/4)	96(57/7)	70(44/4)	18(12/0)	10(6/1)								
25	2-комнатные	74(47/3)	86(50/8)	82(47/9)	19(11/2)	19(11/3)								
26	3-комнатные	56(34/3)	55(35/5)	34(20/1)	6(3/0)	8(3/0)								
27	ОП Савкова база/реклама					155/37								
28	ОП Бахтина база/реклама					105/6								
29	Зареченский база/реклама		99/13	176/11	176/11	173/12								
30	Север база/реклама													

**Тема: Высокочастотные запросы в маркетинге
объекта, как способ генерации входящего
трафика.**

- 1. Снижение издержек на рекламу**
- 2. Контролируемый срок продажи**
- 3. Высокая эффективность
деятельности**
- 4. Довольный клиент**

