

# Продать то, чего нет

Контент-маркетинг в сфере  
недвижимости

---

Бразговский Филипп,  
редактор

# Расскажу

---

**1** Ограничения  
и особенности  
в недвижимости

**2** Как они влияют  
на стратегию  
контент-маркетинга

**3** Кто реализует эту  
особенную стратегию

# 01 Ограничения и особенности

---

## Проблема

- Продукта еще нет или он не готов
- Люди выбирают квартиры годами

## Решение

- Создать яркий образ
- Подпитывать интерес годами



**Квартиры пока нет или она строится**



# Образ вместо опыта

---

Нет опыта взаимодействия с продуктом, поэтому нужен образ взаимодействия

Частично это решает сайт, но этого мало

**Контент-маркетинг помогает ответить на вопросы**

Как я буду жить?

Где я буду отдыхать?

Как буду добираться до работы?

# Долгий и сложный цикл продаж

---

## Сложно

Реклама привела на сайт

Дизайн привлек внимание

Схема помогла сделать выбор

А дальше начинается история

## Долго

Люди выбирают квартиры  
годами

«Чем реальнее образ, тем проще  
человеку опереться, чтобы принять  
окончательное  
решение»



# 02 Особенности стратегии

---

## Проблема

- Это надолго
- Нужен яркий образ

## Решение

- Долгосрочная стратегия сериала
- Прочный, вечнозеленый контент

# Долго и регулярно: каналы контента

---

Все, что позволит регулярно  
оказываться в поле зрения  
человека

Социальные сети

Рассылка

Блог

Реклама у блогеров

# Ярко и реально: формы контента

---

Это место, куда человек будет  
приходить, пока не может  
прийти в свою квартиру

Насыщенный аккаунт в соцсети

База знаний на сайте

Серия писем или цикл статей  
на чужом сайте

# Долго и реально: концепция сериала

---

**Эффект присутствия: тема,  
герои, сюжет**

Человек видит, как живет или  
будет жить сообщество этого  
дома, и ощущает себя его частью

Кто здесь живет?

Чем они занимаются?

Как отдыхают?

Где покупают продукты?

# Стратегия сериала

Поселок «Донской»  
в инстаграме

**Основные темы:**

- Как в Европе
- Добрососедские отношения

its.agency



kр\_donskoy • Подписаться

kр\_donskoy Первое, что нужно сделать после пробуждения — настежь распахнуть ярко-синие ставни и впустить в дом жаркое южное солнце. Дальше — готовить и сервировать завтрак во дворе, прямо у бассейна. Свежие сезонные фрукты и ягоды с фермерского рынка, горячая пита с мягким козьим сыром, немного оливок, яйца и обязательно фραπε со льдом — все как в Греции.

После завтрака можно окунуться и на ближайшие пару часов спрятаться от солнца в тени своего уютного дома, который словно сошел с открыток с изображением закатного Санторини. Белые стены, летящие занавески, идеальный синий оттенок краски для потолка, диваны в тон — все точно



163 отметок "Нравится"

31 МАЯ

Войдите, чтобы поставить «Нравится» или прокомментировать. ...

# Оперативные задачи

---

## Пока идет сериал

В нашем виртуальном пространстве можно решать массу задач, которые неизбежно возникают у застройщика

Объясняем сложные вещи

Работаем с негативом

Реагируем на новости

Хорошо для SEO

# Оперативные задачи

---

**Legenda** реагирует на клоны

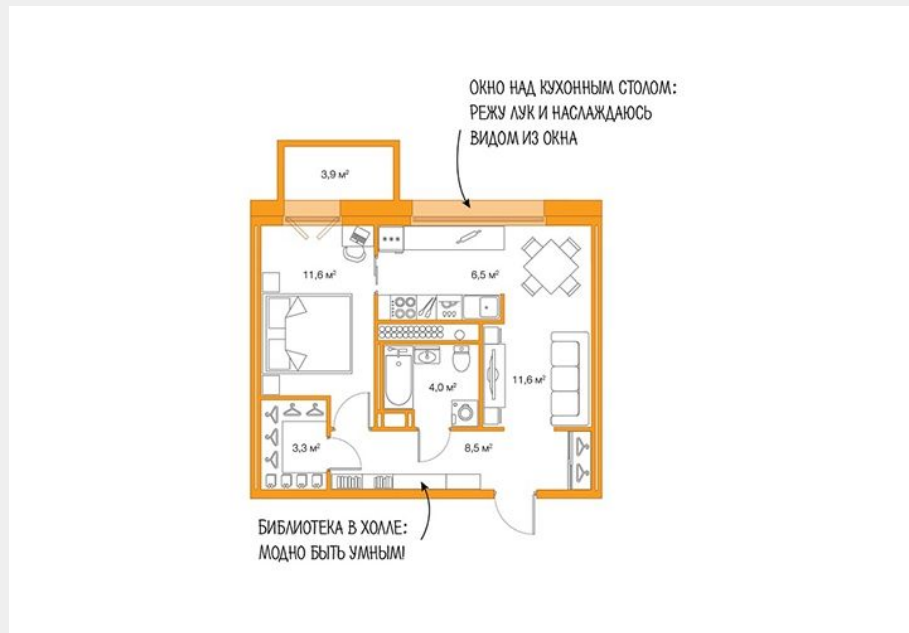
« Не все «смарты» одинаково полезны. Яркий пример тому — сфера недвижимости, где понятие smart-планировок и smart-квартир всегда ассоциировалось только с одной компанией — LEGENDA Intelligent Development, однако сейчас это понятие стало активно эксплуатироваться в рекламе других застройщиков. В чем разница? »

Легенда №34. Smart-ингредиенты

# Оперативные задачи

**Legenda** объясняет ценность

« При круговой планировке появляется место для размещения дополнительных зон в самых неожиданных местах. Например, библиотеки в холле на пути из гостиной в спальню. »





# Пример из практики: «ВетСеть»

---

Сеть ветеринарных клиник

## Задача

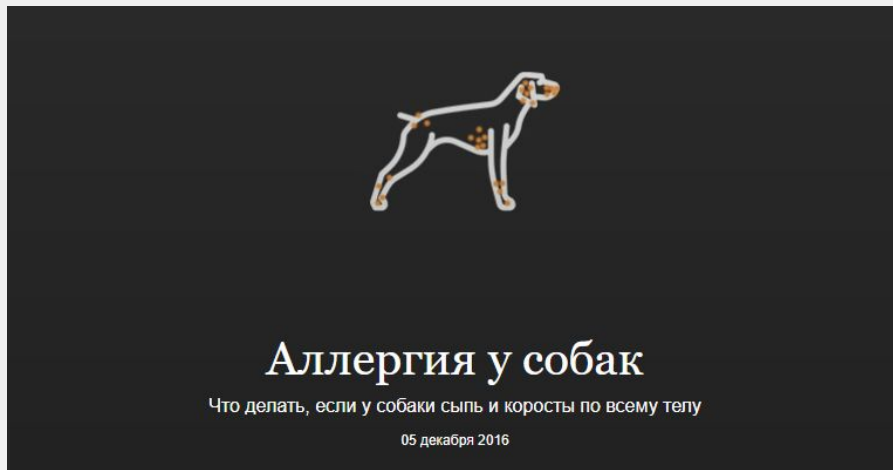
Продвижение сайта

## Инструмент

30+ статей в блоге

## Результат

Посещения  
сайта даже после  
остановки работ —  
13 720 в этом марте  
(только Петербург)



[Блог клиники](#)

[Статья про аллергию](#)

# 03 Пример долгосрочной стратегии

---

## Этажи Журнал

[j.etagi.com](http://j.etagi.com)



[etagi.com](http://etagi.com)

« Место, где можно почитать о законах, нововведениях, правилах, мифах и интересных фактах из мира недвижимости. Издание готовит быстро и легко перевариваемый контент для людей, которые могут стать клиентами компании »

# Этажи Журнал

## Новости

Что случилось, почему это важно, как с этим жить



С января расчеты СНТ с физлицами будут проводить только через расчетный счет

20 июня 2018



Госдума решила не обязывать коммунальщиков оплачивать установку счетчиков

15 июня 2018

« Мы пишем и публикуем статьи, новости и видео, связанные с темой недвижимости. Раздаем советы, срываем покровы, объясняем сложное и делимся опытом »

# Этажи: цели — 1

---

## **Долгосрочное выстраивание отношений с клиентом**

Построение доверия, появление «адвокатов бренда», «сарафанное радио»

## **Формирование потребности**

У клиентов есть боль принятия решений, к примеру, купить квартиру во вторичке или в новостройке, с риелтором или без.

# Этажи: цели — 2

---

## **Увеличение конверсии в заявку и из обращений в сделку**

Человек, который читает блог, быстрее сконвертится в сделку, чем человек, который его не читает

## **Построение имиджа**

компании и риелтора как экспертов в сфере недвижимости, готового делиться полезным материалом бесплатно

*И масса других целей*

# Что такое образ эксперта

---

Это вера ваших читателей в то, что вы действительно понимаете их проблемы.

А для этого надо действительно их знать и понимать.

## Как появляется образ эксперта

- Со мной говорят о настоящих проблемах
- Знают мои потребности
- Делятся полезным опытом
- Не пытаются впаривать

# 03 Кто будет писать

---

## Проблема

Своего писателя нет

Писать надо много, долго,  
регулярно

## Решение

Нужна редакция

Своя или  
в агентстве

# Автора мало, нужна редакция

---

Один автор не закрывает все потребности в контенте

## Автор

Четко работает по ТЗ, не лезет в стратегию

Удобно, если вы готовы сами следить за всеми процессами, но не готовы писать сами

## Редакция

Начинает со стратегии, управляет процессом, делает разный контент

Удобно, если вы хотите делегировать процессы



# Когда идти в агентство

---

- Вы пробовали сами, но стало лень
- Кроме авторов нужны дизайнеры и программисты
- Нужно долго и стабильно

## **Сила агентства в стабильности**

Никто не сделает вам Т—Ж, но выпускать 2-3 статьи в месяц из года в год — запросто. У агентства не иссякнет запал.

# Пример из практики: «Первая мебельная»

Мебельная фабрика

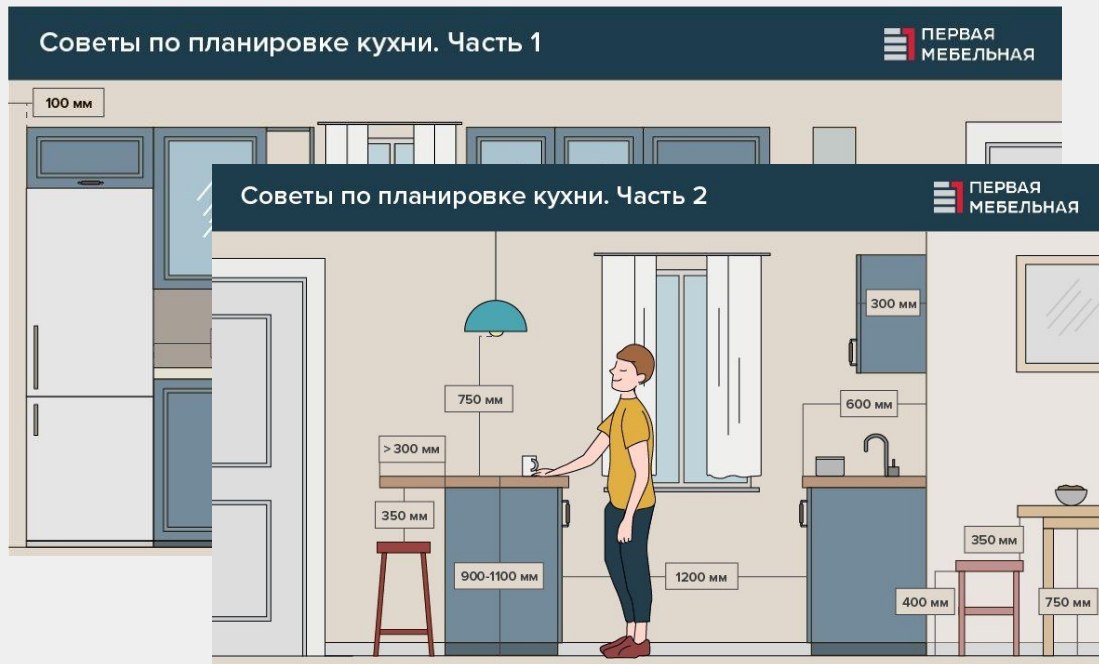
## Задача

Создавать экспертный контент для сообщества ВК

## Инструмент

Серия брендированных иллюстраций

its.agency



# Пример из практики: «Бьютека»

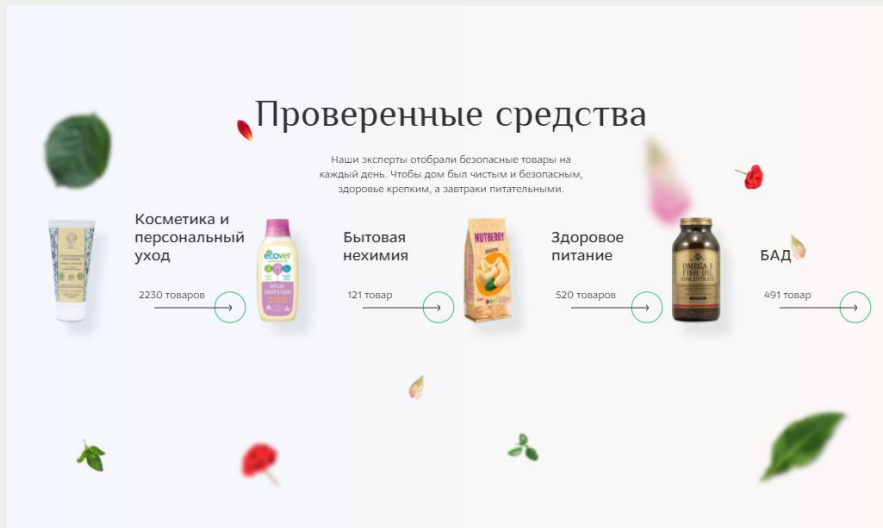
Сеть магазинов. Товары для ухода за собой и за домом

## Задача

Объяснить новое  
позиционирование,  
сформировать образ эксперта

## Инструмент

Спецпроект: красивый сайт, тест,  
интервью с экспертами



[Сайт проекта](#)

«Контент-маркетинг — это решение определенных задач. А не блог на вордпрессе»»

# Если есть вопросы

---

 [/filipp.brazgovskiy](#)

 [@its.agency](#)

 [its.agency](#)

 [itstudio](#)



Филипп Бразговский, редактор

*Расскажу, как и для кого  
делать контент*

**its.agency**

Диджитал-агентство

*Расскажут про сайты, SMM  
и рекламу*