

Особенности накопления и обработки  
клиентской базы. Построение системы  
повторных продаж

# ПРАВИЛА ИГРЫ

Нет случайных клиентов

Нет одnorазовых сделок

## **Мои наблюдения за вторичным рынком:**

В жизни одной семьи и в жизни ее окружения раз в 2-3 года происходит что-то связанное с покупкой или продажей квартиры

# Мои наблюдения за поведением клиентов в момент покупки или продажи квартиры:

**Шок!**

Только 10-15% клиентов правильно ориентируются в вопросах проведения операций с недвижимостью. Остальные кидаются в первый попавшийся вариант помощи и поддержки.

**Вывод:** 85% клиентов на этом рынке брошены

# **Рецепт накопления базы и повторных продаж**



**Любой клиент, после любой сделки должен  
быть подписан на Ваши соцсети в  
обязательном порядке**

Инстаграм

Фейсбук

Вк

Одноклассники

**Любой клиент, после любой сделки должен  
быть подписан на емейл-рассылку  
новостей от Вас в обязательном порядке**

**Любой клиент, после любой сделки должен  
быть подписан на Ваш телеграм-канал в  
обязательном порядке**

**Любой клиент, после любой сделки должен  
быть занесен в базу данных в  
обязательном порядке**

**ВНИМАНИЕ!**

**Клиенты также должны быть  
отсегментированы по критерию (**красный,**  
**желтый, синий**)**

Строим систему инфоповодов, выставляем задачи по приоритетам, пишем контент для постинга, делаем звонки по задачам

## **И ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

Завершив одну сделку, опросите клиента на момент наличия других сделок (и не обязательно у данного клиента)

Ну и конечно же напрашивайтесь на рекомендации...