

МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
ЖИЛИЩНЫЙ  
КОНГРЕСС

# Как продавать услуги агента в Инстаграм. Блогер VS риэлтор.

Дарья Бородина

5-9  
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ



# Привет, я Бородина Дарья



## Более 12 лет в недвижимости

Работала риэлтором с 2008, выстраивая свою работу с аренды жилья и дойдя до премиум-класса продажи. За свою практику провела более 1000 сделок. В 2015 году открыла свое агентство недвижимости.

Будучи владельцем агентства недвижимости «Ключи недвижимость» вывела компанию в лидеры рынка уже через полгода после открытия. Обороты компании от 1 млн в месяц, окупили вложения в течении 2х месяцев.

Руководитель СММ-агентства «SMM.REALTY». Автор обучающих курсов для риэлторов. Одна из первых запустила авторские курсы и методики по маркетингу и продвижению специалистов рынка недвижимости в социальных сетях.

Спикер международных конференций в области образования и маркетинга для специалистов в сфере недвижимости.

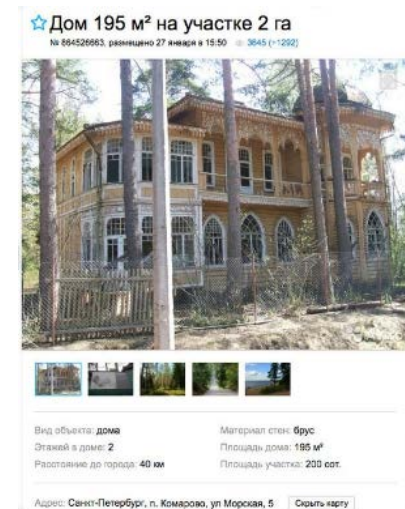


# *Во многих городах доски объявлений монополизировали рынок недвижимости*

## **Стоимость привлечения клиента растет, а их качество падает**

В небольших городах доски объявлений еще  
хоть как-то работают

В городах миллионниках работают только  
объявления с неадекватно низкой ценой  
относительно характеристик



**5-9**  
ОКТАБРЯ



**МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
ЖИЛИЩНЫЙ  
КОНГРЕСС**

**5-9  
ОКТАБРЯ**

**СПБКОНГРЕСС.РФ**

*Instagram - наша  
самая главная  
визитная карточка!*

**Клиенты изучают  
наши странички!**

**Ссылки на нас  
отправляют друзьям в  
качестве рекомендации!**



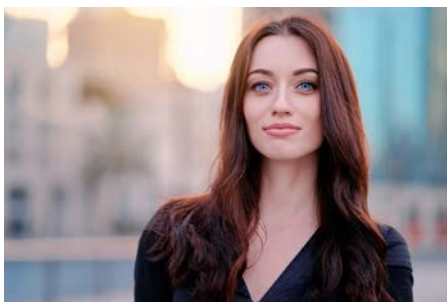
## *Цели Инстаграм-аккаунта специалиста:*

- Развитие личного бренда, повышение узнаваемости
- Увеличение трафика клиентов и увеличение количества продаж = прибыли
- Улучшение репутации
- Улучшение обслуживания клиентов



# Личный бренд

## Этапы создания:



1. Самоидентификация. Кто вы? Каковы ваши интересы, желания, убеждения?
2. Экспертность. В каких областях вы обладаете экспертными знаниями?
3. Личные качества и жизненный опыт.
4. Ценности и философия (в бизнесе, отношениях, в целом жизни).
5. Социально значимые цели. К чему вы стремитесь? Что хотите привнести в этот мир? Как можете изменить жизнь своей аудитории?
6. Big Idea — глобальная идея вашей деятельности.
7. Легенда. Это ваша личная история успеха, достижений, падений и побед.
8. УТП. Какое уникальное предложение вы можете сделать своей аудитории? Чем вы отличаетесь от конкурентов? В чем ваши преимущества?
9. Образ. Внешность, стиль, манера поведения и общения с аудиторией.
10. Портрет ЦА. Кто ваша аудитория? С кем вы будете вести диалог? Как вы будете это делать (через какие каналы коммуникации)?





# Личный бренд



- Будьте самим собой
- "Успешный успех" уже не работает
- Будьте честны с подписчиками
- Откажитесь от постановочных фотографий и супер экспертного блога
- Впустите жизнь
- Не перебарщивайте с фотографиями детей и мамства



*Инстаграм - про отношения  
между людьми,  
а не гипермаркет с полками  
товаров.*

***Создайте образ ЖИВОГО  
эксперта.***

Как же себя позиционировать?  
Как вести блог?

**5-9**  
ОКТАБРЯ





# Дима и Маша

- Получили квартиру в наследство
- Хотят продать, добавить ипотекой и купить в новостройке
- Вопрос покупки недвижимости - единственный в их жизни



## Поведенческие особенности:

- Судорожно подписываются на всех риэлторов города
- Мониторят Авито и прочие площадки
- Купив квартиру отписываются от всех
- Забывают все, как страшный сон

## О чем интересно читать в Инстаграм:

- Условия ипотеки. Где выгоднее
- Полезные советы, рекомендации
- Обзоры Жилых Комплексов
- Как сэкономить на покупке/продаже

От риэлторов отписываются, а от интересных людей - нет!  
Дима и Маша -ваши лучшие помощники по "сарафанному" радио!



# Антон из Хабаровска

- Хочет купить квартиру в Сочи (а может и в Анапе, а может в Крыму)
- По срокам нет ориентира
- По бюджету тоже



## Поведенческие особенности:

- Не может определиться с городом
- Страх и нерешительность
- Присматривается к городам, ценам, риэлторам
- Звонит по объявления, мониторит
- Вводит в заблуждения

## О чем интересно читать в Инстаграм:

- Жизнь в городе
  - Обзоры районов города, уровень цен, инфраструктура
  - Работа
  - Школы, садики
  - Отдых в окрестностях
- Необходимо продавать не просто недвижимость и себя, как специалиста, а еще город!



# ВЫВОД:

1. У вашего блога должно быть “лицо” – личность
2. Необходимо думать и смотреть на свой блог глазами клиента и его интересами
3. Ваш аккаунт должен быть интересный, человечный и живой. Без перекосов и общей важности

Как же сделать, чтоб это все было скомпоновано и гармонично?!



Рекомендации:

- Идеальный инструмент для рекламы объектов
- Сохраняем объекты в "Актуальном" по сегментам
- Проданные - удаляем
- На первичном рынке "Актуальное" формируем по ЖК
- Обязательно! Планировки и цены
- Добавляем жизнь
- Закулисье
- Сторитейлинг (мини сериалы)

Выставлять непонятные видео без смысла или просто фото объектов без полноценных характеристик НЕЛЬЗЯ!



Сторис:

- Самый популярный и перспективный раздел в Инстаграм
- Систематически увеличивающийся функционал
- Максимальное общение с подписчиками и их вовлечение





# Стратегия аккаунта

- Какова концепция аккаунта?
- Как будем продвигать?
- Какими площадками и инструментами пользоваться?
- Какой контент?
- Обязательно! Сроки. Задачи. Исполнители. Бюджет. Показатели!



МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
ЖИЛИЩНЫЙ  
КОНГРЕСС

5-9  
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ

## Мои контакты:



Borodina\_darya\_



borodina\_darya



daryaborodina04

+7 961 314 61 06

borodina-darya.ru  
smm-realty.ru

