

Враг компании №1

Три самые главные ошибки которые совершают агентства недвижимости при поиске клиентов



Омельянчук Максим
"Кром" Красноярск
Директор по развитию
www.krom.su
автор проекта
www.realtornamillion.ru

Коротко о себе

Специализация:
построение систем привлечения клиентов

«Кром» - номинант конкурса «Профессиональное признание 2013» как «Лучшая брокерская компания на рынке ипотечного кредитования»

Каждая 7 сделка в банке ВТБ 24 проходит с участием наших специалистов

Победитель конкурса «Партизан года 2013» в рамках 2-й Международной конференции по партизанскому маркетингу.

Автор книг

- «Секреты ипотеки»
- «Материнский капитал. Как получить и выгодно использовать»
- «Ловушки при покупке квартиры»
- «170 советов риэлтору»
- «Продающие отзывы»

Привлечение клиентов

1. Кто?

Кто наш клиент?

2. Что?

Что хотим ему сказать?

3. Как?

Как донести до него сообщение?

Кто? Кто наш клиент?



Где ищем: в болоте или в океане?

С чем идем за водой?



сказать?

Всегда ли одно и тоже сообщение действует одинаково на одного и того же человека?



ЧТО? ЧТО МЫ ХОТИМ сказать?

Раз есть холодные и горячие запросы

Должны быть холодные и горячие ответы

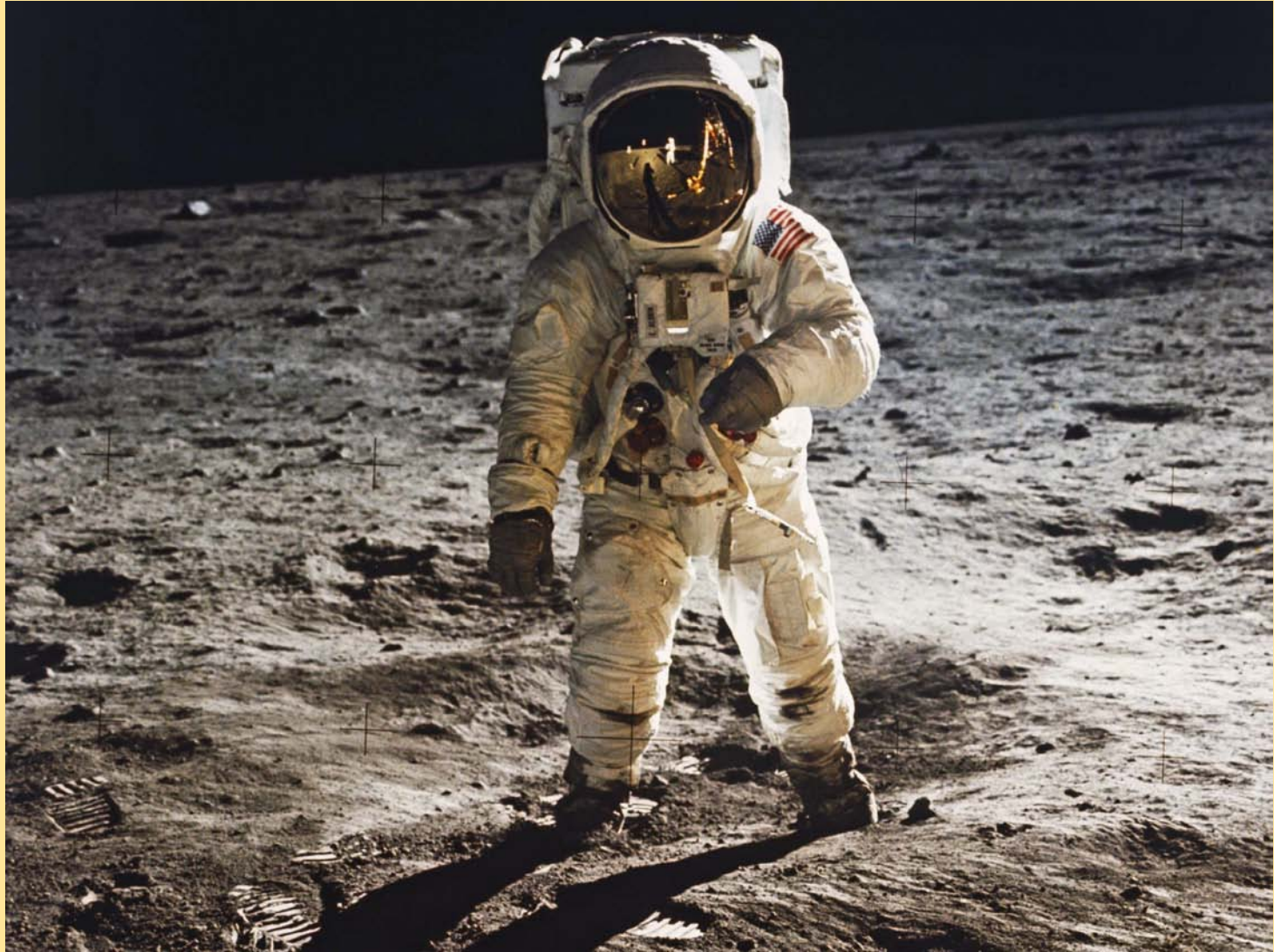


Как продать лягушку?

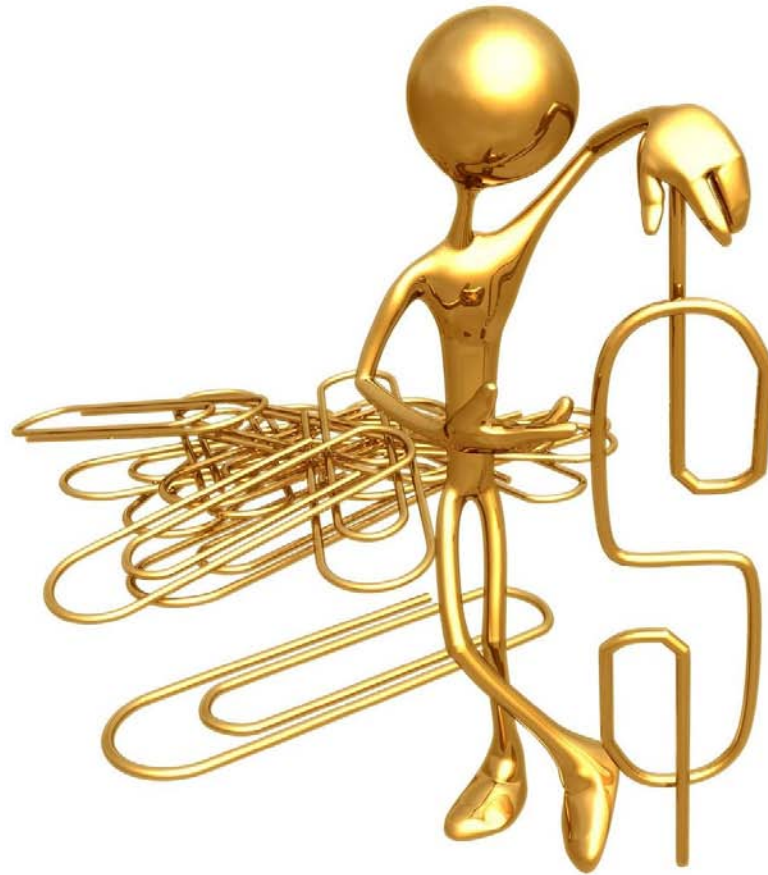


Сработает ли: Купи одну - вторая в подарок?

Как? Как доставить сообщение?



Золотые клиенты стоят дорого



От расходов к инвестициям

Не режем курицу - золотые яйца.



Правильные вопросы:

Вместо: Какой бюджет?

- 1.** Сколько прибыли получаем с нового клиента?
- 2.** Сколько прибыли получаем за всю жизнь клиента?
- 3.** Сколько стоит привлечь клиента?

Продолжение следует...

www.realtornamillion.ru