

**Развитие личного бренда
риэлтора как часть
образовательного процесса в
агентстве недвижимости**

*Если ты идешь к цели и на каждом шагу
останавливаешься, чтобы кинуть камнем на
каждую лающую на тебя собаку, то ты
можешь не дойти до цели.*

Ф. М. Достоевский

WHO is MR. GUSEV?

- Работаю в real estate 23 года.
- Владелец autodacha.com.
- Консультант агентств недвижимости и строительных компаний.
- Профессиональный бизнес – тренер.
- Лучший бизнес – тренер рынка недвижимости России 2015 года.
- Лауреат национального конкурса CREDO 2019 «За личный большой вклад в развитие рынка недвижимости».
- Кандидат педагогических наук.





**ALEKSEIGU
SEVPITER**



Формулировать
СМЫСЛЫ
стратегически
ВЫГОДНО

Рекомендую всех агентов пропустить
через этот вопрос...

Зачем я занимаюсь
продажами на рынке
недвижимости?

Самые распространенные ответы

1. Деньги
2. Связи
3. Саморазвитие
4. Свободный график
5. Статус свой повышается
6. Решение своего жилищного вопроса
7. Правильное окружение
8. Энергия

Что такое предназначение?

Цель жизни человека, заложенная еще
до его рождения.....

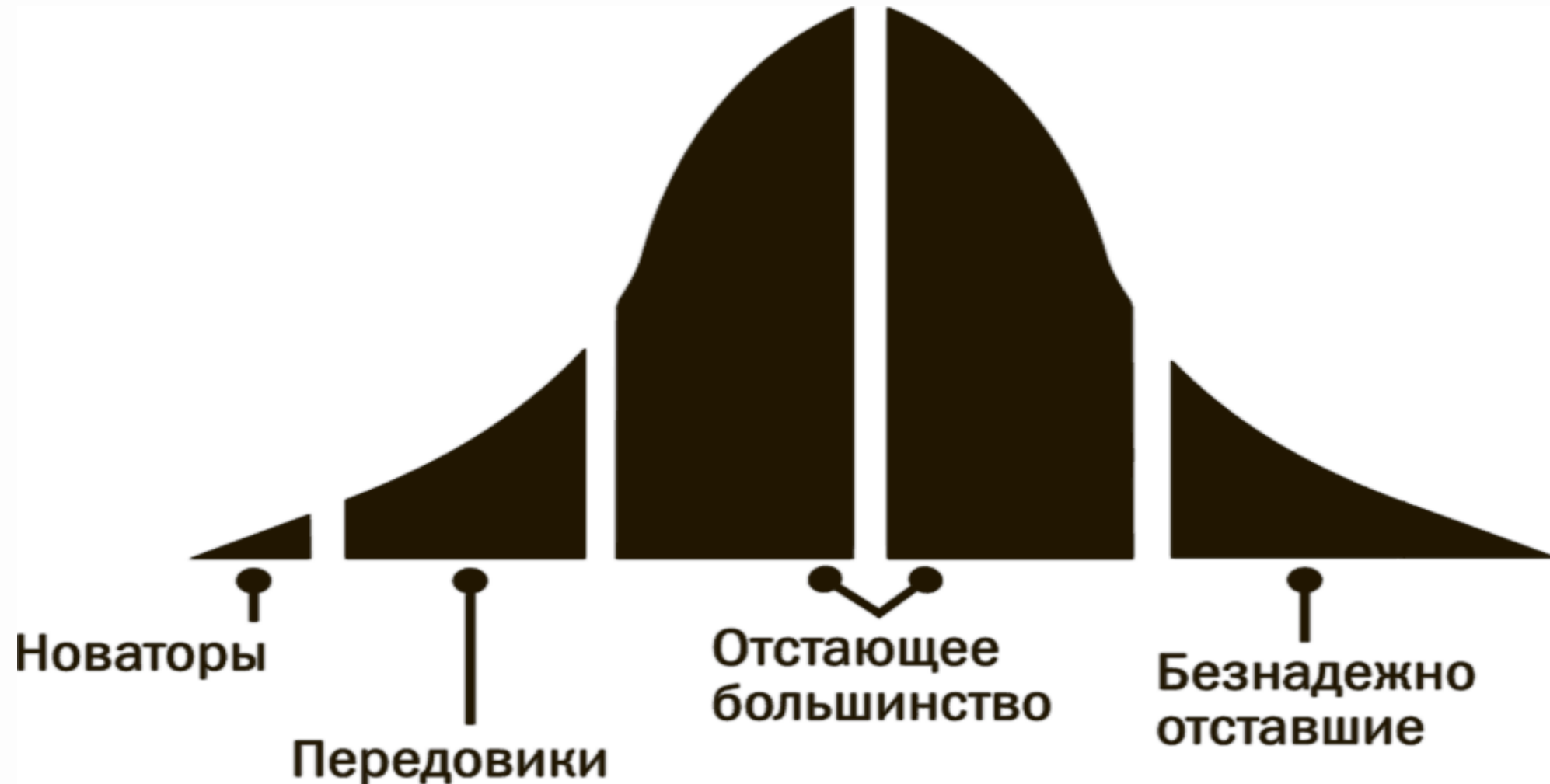
Ответ на вопрос: чего от меня хочет эта
профессия?

**От чего ты кайфуешь
на работе?**

Перепросмотр своей профессиональной жизни

5-10 историй, в которых «торкало» и приходило
что то новое.....

Кривая распределения Мура!



Что происходит?

Все очевидные целевые потребительские аудитории более таковыми не являются, так как:

- маловероятно, что вы сможете людям решить их проблемы;
- очень трудно привлечь внимание потребителей, потому что они вас игнорируют;
- даже довольные покупатели вряд ли расскажут о вас своим друзьям и знакомым.

Какие есть варианты?

Оставить как есть

Агентству недвижимости задуматься над личным брендом своего агента и включить это в общий процесс развития.

Что такое бренд?

- ❖ **Бренд**, или **брэнд** — комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя. Ментальная оболочка продукта или услуги. Бренд является абстрактным названием.
- ❖ Бренд, как ассоциация в сознании целевой аудитории, символизирует какие-либо определённые качества продукта или характеристики самого производителя продукта.
- ❖ Также одной из важных составляющих бренда является репутация. Выдержки из Википедии.

Бренд — это набор из ожиданий, воспоминаний, историй и отношений, определяющий склонность потребителя приобрести продукцию определенной компании.

Сет Годин.

- ❖ Бренд – это обещание, это репутация, это идея, это ОЖИДАНИЕ
- ❖ Ожидание, которое складывается в умах людей относительно вас!

Преимущества личного бренда

- ❖ Работа вдолгую.
- ❖ Личный бренд позволяет формировать вокруг себя правильное окружение.
- ❖ Личный бренд позволяет выделяться.
- ❖ Личный бренд вызывает ассоциации.

Воронка персонального бренда

3 понятия:

- ✓ знание о бренде;
- ✓ любовь к бренду;
- ✓ доверие к бренду, которое можно разделить на:
 - доверие к экспертным навыкам
 - доверие к личным качествам.

6 правил создания бренда

1. Позиционировать себя экспертом в выбранной нише.
2. Определить свою целевую аудиторию.
3. Создать доступ к информации о вас.
4. Периодически презентовать какую либо информацию.
5. Улучшить что то в себе.
6. Заниматься личным продвижением.

3 грани сильного бренда

1. Отличительность

2. Ценность

3. Последовательность

Бренд

- Б – Безопасность (Экологичность и готовность)
- Р – Ресурсы (Хочу. Могу)
- Е – Естественность (Уверенность в себе. Уверенность в предложении)
- Н – Необходимость (Внутренняя предрасположенность. Внешние обстоятельства)
- Д – Действие (Результат. Привычка)

Подделка

- П – Показуха
- О – Обесценивание
- Д – Дешевизна
- Д – Дезорганизация
- Е – Единообразие
- Л – Лень
- К – Копирование
- А - Анонимность

Каких риэлторов с известными личными брендами вы знаете?



fredrikeklundny

Подписки

More options menu

4 239 публикаций

1,2млн подписчиков

Подписки: 298


Fredrik Eklund

Father of twins, high-kicking real estate broker in NY, LA and Miami, on Bravo's MDLNY & New York Times bestselling author.

Подписаны lyakinav, marina_iak, nlabetsky + еще 6


Рекомендуемые

Все

 ✕

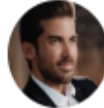
ryanserhant ✓
Ryan Serhant

[Подписаться](#)

 ✕


stevexgold ✓
Steve Gold

[Подписаться](#)

 ✕


luisdortiz ✓

[Подписаться](#)

 ✕

thejoshaltman ✓
Josh Altman

[Подписаться](#)

 ✕

joshflagg1
Josh Fla...

[Подписат...](#)



ryanserhant

Подписки

1 015 публикаций 1,3млн подписчиков Подписки: 990

Ryan Serhant

Star on Million Dollar Listing NY on @bravotv | Author of @sellitlikeserhant | Leader of @serhant_team

LEARN HOW TO SELL REAL ESTATE

www.ryanserhant.com/course

Подписаны lyakinav, obozrevatelnovostroekspb, belkova.marianna + еще 17



Real Estate



Zena



Book



Emilia



Gym

Рекомендуемые

Все



Поиск



chadcarroll

Подписки

2 388 публикаций 547тыс. подписчиков Подписки: 712

Chad Carroll
Bravo's Million Dollar Listing Miami: South Florida's Top Real Estate Broker: Over 1.5 Billion Sold!
Info@thechadcarrollgroup.com 305-400-9507
www.TheChadCarrollGroup.com

Подписаны lyakinav, marina_iak, ryanserhant + еще 7



Boat Day



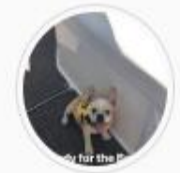
Press



Florida Life



Euro 19



Max



2018



Aspen

Рекомендуемые

Все



barbaracorcoran

Подписки

1 551 публикаций 527тыс. подписчиков Подписки: 135

Barbara Corcoran
NYC Real Estate Queen 👑, @sharktankabc Shark 🐋, #888Barbara and #BusinessUnusual podcast host 🎙️
Call me! 888-BARBARA
podcasts.apple.com/us/podcast/888-barbara/id1486912422?i=1000456190390

Подписаны Iyakinav, marina_iak, apcherkina + еще 6

- TANK TR...
- GREECE
- 70th BIRTH...
- 😄
- CALI
- NYC
- Podcast

Рекомендуемые

Все

Знания – как продукты в супермаркете: их нужно не только положить в тележку, но и успеть съесть до окончания срока годности.

Народная мудрость

Рекомендации по контенту социальных сетей

- 30% - информация на профессиональные темы (советы, топ – 10 вопросов, кейсы)
- 30% - личная информация. Истории из вашей жизни, размышления.
- 30% - новости (экономические, политические, экономические) с вашими комментариями.
- 10% - смешные картинки и развлекательные материалы.

Социальные сети

- Прежде, чем приступить к работе по построению персонального бренда, просмотрите все свои публикации, начиная с самой первой.
- Можно найти много интересного.

Социальные сети

- Соц. сети – это не личный альбом.
- Это инструмент достижения ваших деловых целей.
- Значит, всегда должен быть четкий посыл от каждой публикации.

Социальные сети

- ❖ Создавайте образ, но помните, что он должен быть правдивым.
- ❖ Люди чувствуют обман.
- ❖ Полезный контент — это всегда хорошо, но аккаунт в первую очередь должен быть личным.

Роль РОПА, МОПА, НОПА в формировании личного бренда агента.

- ❖ Смотрит за соблюдением дресс – кода, внешнего вида и соответствия корпоративным ценностям.
- ❖ Дает рекомендации по продвижению в социальных сетях
- ❖ Выступает наставником, личным коучем и руководителем
- ❖ Дает рекомендации по прокачке бренда (что добавить, где приукрасить, где убавить)

Тренировка УЛП с агентами

Прежде всего ответьте на вопросы:

- ✓ Что вы делаете?
- ✓ Кто ваши идеальные клиенты?
- ✓ Каковы основные проблемы ваших клиентов?
- ✓ Какой результат хотят получить ваши клиенты?
- ✓ Чем вы отличаетесь от конкурентов?
- ✓ Почему клиенты хотят работать с вами, а не с вашими конкурентами?
- ✓ Какие техники вы используете для достижения результата?
- ✓ Какова главная выгода, которую получает клиент от работы с вами?

Обратная связь от клиентов

- Отзыв – текстовый или видео
- Кейс - в формате «было\стало»
- Письменная благодарность
- Рекомендация

Что желательно делать для продвижения бренда?

- Рейтинги и премии
- Профильные мероприятия
- Преподавание
- Работа с лидерами мнений

Как правильно вести блог?

- Понять, что интересно вашей целевой аудитории.
- Пропишите теги, по которым будут искать ваши материалы в сети
- Пишите о том, что действительно волнует вас
- Соблюдайте периодичность

Публичные выступления агентов

- Давать возможность выступать перед своими коллегами
- Рекомендовать выступать перед потенциальными клиентами
- Каждому записать короткое видеообращение к своим потенциальным клиентам

Уметь выступать публично

- Цель выступления
- Аудитория (кто они такие, какие у них сложности и т.д.)
- Хронометраж
- Формат выступления
- Технические ресурсы и промо возможности

Структура выступления

- Кратко расскажите, о чем будет идти речь
- Объясните выгоды от вашего выступления
- Основные положения
- Подведите итог. Какие выводы должны сделать участники?
- Финальная история
- Призыв к действию

4 ОСНОВНЫХ ПСИХОТИПА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

1. **Накопители** — пользователи, для которых важна визуальная составляющая контента.
2. **Киллеры** — те, кто тянется к новым знаниям. Главная мотивация — превосходство над другими людьми.
3. **Исследователи** — сложная аудитория, которой необходимо изучить каждую мелочь, сделать свои выводы и, возможно, написать комментарий по этому поводу.
4. **Социальщики** — подписчики, готовые следовать за трендами, чтобы быть в курсе последних событий и относиться к какому-либо течению.

План развития своего бренда на 48 часов

- Понять, какой профессиональный и личный образ себя вы хотите продвигать;
- Создать списки своих достижений и угроз, наметить точки роста по ним;
- Составить список своих конкурентов, изучить и взять от них все лучшее;
- Подправить свои профили в соцсетях так, чтобы было понятно, кто Вы;
- Написать вовлекающие посты на своей странице;
- Составить лифтовую презентацию на 30 секунд;
- Написать хороший продающий пост «Кто я» и разместить в своих соцсетях;
- Найти и прописать все свои точки контакта с аудиторией;
- Понять, где присутствует ваша целевая аудитория и оформить это в таблицу.

Спасибо за внимание!

 **Alekseigusevpiter**

 **Auto_dacha**

vk.com/trenergusevru

www.facebook.com/trenergusev