



Профильное коммуникационное агентство
в сфере недвижимости

SmartMedia Realty

Знаем потребности, предлагаем решения!



Что Вы приобретаете с нами?

Понимание логики
работы с потребителем

Импульсная реклама,
направленная на продажи

Индивидуальный подход
к Вашему бизнесу

Экспертный уровень
услуг и аналитики

Оптимизация бюджетов,
снижение стоимости контакта

Эффективность,
которую Вы видите

Лучшие условия
размещения

Качественный
сервис



А еще
5 000 000
потенциальных
клиентов

Вы приобретаете личную маркетинговую
команду, мощную и эффективную!

SmartMedia Realty – это специализированное рекламное агентство в сфере недвижимости с 2007 года.

За время деятельности агентство накопило внушительный опыт реализации проектов любой сложности. А также приобрело глубокое понимание специфики рынка недвижимости, его законов и особенностей.

SmartMedia Realty сегодня является лидером в рекламе недвижимости. Почему? Мы избрали путь не от продукта или услуги, а от сегмента бизнеса и индивидуальной цели заказчика. Именно это является качественной отправной точкой в разработке комплексных маркетинговых стратегий.

Наши клиенты знают, что такое конверсия в звонки 3,5%, как работают акции в недвижимости и что такое «недосказанность», продающий сайт и почему контекст в загородке лучше вести по низкочастотным запросам, кто такие «туристы», что значит «принцип соответствия» и какой должна быть стоимость звонка.

Продвигаем Ваши объекты!

28	в Городской недвижимости
36	в Загородной недвижимости
91	в Коммерческой недвижимости
7	в Зарубежной недвижимости
13	в Строительстве

SmartMedia Realty

- ✓ 8 лет лидерства в рекламе недвижимости
- ✓ 107 отраслевых экспертов
- ✓ Предельная заточенность на результат
- ✓ Индивидуальные стратегии продвижения любых объектов: от локального бизнес – центра до ЖК класса premium за рубежом
- ✓ 1200 комплексных маркетинговых кампаний
- ✓ Уникальные авторские разработки, инновации
- ✓ Качество клиентского сервиса
- ✓ Диалог на одном языке



Николай Архипов
Директор по продажам

«Деятельность SmartMedia Realty ориентирована прежде всего на бизнес – результат клиента, нам важно достичь формата полноценных партнерских отношений с каждым из них. Сегодня, благодаря накопленному опыту, мы знаем сферу недвижимости, понимаем потребности представителей каждого сегмента этого рынка. Умеем анализировать тенденции аудитории и спрос.»

Маркетинг недвижимости: знаем потребности, предлагаем решения.

Опыт и понимание Вашей сферы бизнеса позволяет нам выстраивать масштабные стратегии для решения любых поставленных задач.

1. Тщательное изучение Вашего бизнеса:

Специфика, сезонный спрос и емкость рынка, целевая аудитория, портрет потребителя, конкуренция и Ваши преимущества. Аудит Вашего сайта и офиса: call – центр, отдел продаж. Первичные рекомендации и прогнозы развития.

2. Разработка стратегии:

Ваши цели и приоритеты, ключевые показатели эффективности, подбор инструментов, медиаплан с распределением бюджетов и прогнозами результатов. Аудиты юзабилити сайта, рекомендации по улучшению конверсии сайта, целевые звонки и продажи.

3. Реализация и контроль кампании:

старт и контроль РК, оптимизация бюджетов, система отчетности с рекомендациями, доступы в онлайн - систему показателей эффективности РК, непрерывный мониторинг и оперативные правки для повышения результатов. Параллельная работа с call – центром и офисом продаж в целях повышения конверсии.

4. Первые итоги и новые цели:

комплексная оценка результатов, аналитика, новые цели, стратегии и этапы продвижения.

Мы ориентированы на Ваш бизнес – результат, поэтому разработали ряд дополнительных услуг для повышения Ваших показателей: market share, brand awareness, продающие качества сайта, грамотная отработка со звонком, конверсия в продажи.

Более подробная информация
на нашем сайте smrealty.ru
и по телефону: +7 (495) 663-15-15

Используем полный спектр рекламных возможностей

- ✓ Поисковое продвижение
- ✓ Контекстная реклама
- ✓ Медийная реклама
- ✓ Эксклюзивный продукт
RealtyClick
- ✓ Social Media Marketing
- ✓ Эксклюзивные спецпроекты
- ✓ Наружная реклама
- ✓ Радио
- ✓ Печатные СМИ
- ✓ PR – активности
- ✓ Создание сайтов, флеш – игр
- ✓ Опросы и рейтинги
- ✓ Виртуальные экскурсии
- ✓ Маркетинговый консалтинг
- ✓ Аудиты, исследования,
аналитика
- ✓ Организация продаж

И многое другое!

Апартаментный комплекс «Гороховский 12»

Основной задачей было вывод нового апартаментного комплекса премиум-класса на рынок. Целевая аудитория таких проектов традиционно невелика. Поэтому найти правильные каналы коммуникации и донести верные сообщения до покупателей – поистине непростая задача.

Дополнительная сложность с которой мог столкнуться девелопер при выводе данного объекта – нетипичная для такого класса локация. Это первый объект премиум-класса в басманном районе.

Решение

Разработана креативная концепция с адаптацией под различные рекламные носители. Задействованы топовые деловые и новостные порталы, которые отбирались по показателю аффинитивности. Разработана индивидуальная стратегия ведения контекстной рекламы с упором на рекламную сеть яндекса и геолокационные запросы. Также в качестве эксперимента мы подобрали запросы по престижным районам Москвы. Стоимость таких запросов была в 2 раза ниже чем стоимость общих запросов. При этом качество трафика по ним было выше. Активно использовались базы данных на порталах по недвижимости. Профессиональный копирайтинг в создании объявлений позволил добиться конверсии в звонок 1,5%

Результат:

За 1,5 месяца рекламной кампании плановый показатель по звонкам был перевыполнен на 22%. Стоимость звонка была снижена на 10 000р от первоначальной стоимости.

Конверсия в звонки была увеличена с 0,5% до 1,1% за 1,5 месяца.

KR Properties

Перед нами стояла амбициозная задача – привлечь максимальное количество трафика на сайты клиента путём контекстной рекламы, при этом качество трафика должно было быть весьма высоким, чтобы обеспечивать высокую конверсию в звонки.

По ряду ключевых для клиента фраз его реклама должна была всегда находиться на первой позиции спецразмещения, независимо ни от каких факторов.

Решение

Мы разработали индивидуальную стратегию под клиента. Поскольку у него было несколько объектных сайтов по тематике лофты, а также корпоративный сайт, на котором были представлены все его объекты, мы решили одновременно рекламировать несколько сайтов и тем самым занять все 3 позиции спецразмещения и одну позицию в гарантии по ряду ключевых фраз. Также мы задействовали медийно-контекстный баннер Яндекса.

Бюджет при этом возрастал всего на 14%, но трафик по данным фразам мы полностью забирали на наши сайты. После того как мы заняли всю рекламную площадь спецразмещения мы начали поднимать ставки для входа на эти позиции. Таким образом конкурентам пришлось бы платить чрезмерно высокую стоимость за переход, чтобы попасть на одну из этих позиций. Мы же завысив стоимость входа в спецразмещение сами размещались там по гораздо более низкой стоимости.

Результат:

Уже в конце первого месяца работы трафик на сайты возрос на 50%. Конверсия в звонки при этом осталась на том же высоком уровне. Таким образом клиент стал получать значительно больше качественных звонков, увеличив бюджет при этом всего на 14%.

на старте
всё по 150 000 Р/м²

ЖК «Лобачевский»

Девелопер проекта обратился к нам с целью создать яркий и запоминающийся бренд жилого комплекса бизнес-класса. Объект был тогда на стадии выхода на рынок и (мы должны были заявить о нём) должен был заявить о себе, чтобы обеспечить высокую узнаваемость, а значит и высокий интерес к нему.

Решение

Поскольку объект располагался в престижном районе на юго-западе Москвы, где традиционно были сконцентрированы крупные ВУЗы и проживало большое количество профессоров и учёных, мы решили подчеркнуть этот факт. Было принято решение создать бренд с человеческим лицом и тем самым выделить объект среди конкурентов. Название объекта – ЖК «Лобачевский» было обусловлено географическим расположением (на ул. Лобачевского). Лобачевский, как известно внёс огромный вклад в развитие геометрии и создал ряд аксиом. Вот почему ключевые сообщения бренда мы подавали в виде аксиом, которые как известно не требуют доказательств.

В макетах мы использовали образ молодого учёного, который через данные аксиомы транслировал уникальные торговые преимущества объекта.

Результат:

В течение месяца с момента запуска наружной рекламной кампании количество брендовых запросов (ЖК Лобачевский и т.д.) в поисковых системах составило 4 000. Люди начали активно интересоваться объектом, за месяц было заключено 54 договора бронирования.

Отзыв:

«SmartMedia разработало для нас идеальную рекламу в максимально короткие сроки. На всю работу у них было только три недели. Результат превзошел все наши ожидания. Реклама несёт в себе не только имиджевую, но и эмоциональную составляющую. Она эффектна и точна, а это как раз то, что мы хотели получить».

Андрей Гайдуков

начальник отдела рекламы компании «БЭСТКОН»

ЖК «Газойл Сити»

На момент обращения к нам заказчика его жилой комплекс не обладал широкой узнаваемостью и количество обращений не достигало планируемых показателей. Поэтому основной задачей было создать уникальную креативную концепцию и стратегию продвижения, которая позволит отстроиться от конкурентов и обеспечит узнаваемость и интерес среди покупателей.

Решение

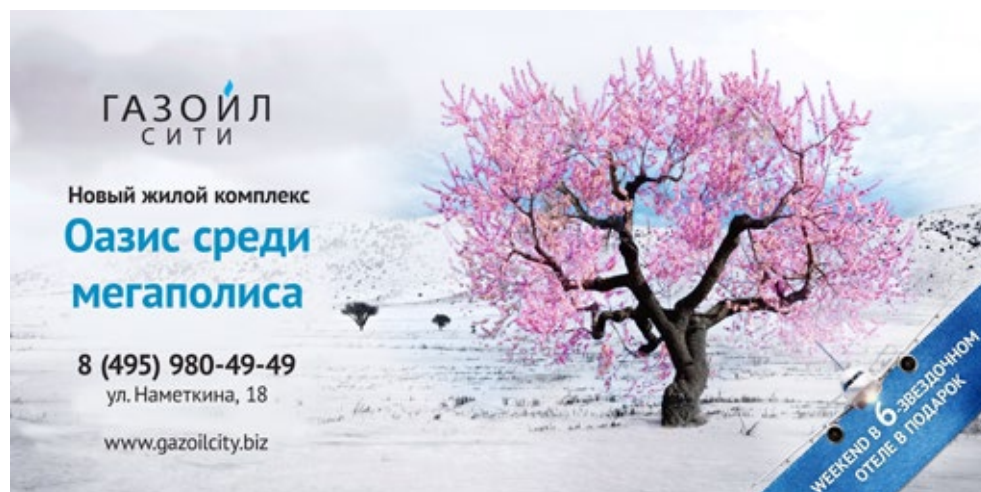
Первым этапом стала разработка стратегии продвижения с разделением по каналам. Далее после детального брифинга были разработаны несколько креативных концепций и маркетинговых акций под предстоящую рекламную кампанию. Выбранная концепция была адаптирована под 3 канала продвижения – наружная реклама, реклама в прессе и баннерная реклама на деловых порталах.

Яркая и нетипичная для сегмента недвижимости креативная концепция позиционировала наш жилой комплекс как оазис среди мегаполиса, выгодно представляя его конкурентные преимущества. Помимо этого в рекламе была задействована нестандартная акция – при покупке квартиры, выходные в шести звёздочном отеле на Сейшельских островах в подарок!

Результат:

За первый месяц рекламной кампании с использованием данной креативной концепции количество входящих обращений выросло на 35%.

Стоимость входящего звонка была снижена на 800 рублей.



Нагатино i-Land

Nagatino i-Land – нетипичный и масштабный проект на рынке коммерческой недвижимости Москвы. На территории в 32 гектара разместились 1 млн кв. м. офисных площадей, техно-парк, выставочный центр, гостиницы и апартаменты, спортивно-оздоровительный центр и много других объектов социальной инфраструктуры.

Клиент поставил перед нашим агентством задачу – вывести объект на рынок и обеспечить нужное количество обращений на покупку офисных площадей.

Решение

одновременно разрабатывались стратегия ведения рекламной кампании на один год и креативная концепция со сменой имиджей и ключевых сообщений раз в 3 месяца. Комплексная рекламная кампания задействовала не только digital продвижение, но и наружную рекламу. Адресная программа по наружной рекламе была создана с учётом пассажиропотока, охвата магистралей в районе объекта, а также с использованием эффекта повторяемости. Активно использовались нестандартные форматы в печатной рекламе. Например газета «Ведомости» была перетянута лентой на которой была реклама делового центра i-Land.

Результат:

плановые показатели по количеству входящих обращений были перевыполнены на 26% за первый рекламный флайт. Количество брендовых запросов в Яндексе возросло на 50%, что свидетельствует о повышении узнаваемости объекта.



Дачные посёлки «Можайская Ривьера»

Можайская Ривьера это сеть коттеджных посёлков на берегу Можайского водохранилища. Одна из проблем с которой столкнулся клиент – низкая конверсия из позвонивших людей в тех, кто приехал на показ объекта. Клиент предполагал, что это связано с низким качеством входящего трафика обращений.

Поэтому ставил перед нами задачу не только увеличить количество обращений в офис продаж объекта, но и повысить качество звонков, чтобы конверсия из звонков в визиты на объект увеличилась.

Решение

Был проведён глубинный анализ текущей рекламной кампании. В ходе него были выявлены некоторые недочёты в семантическом ядре клиента, а также определены площадки, которые несмотря на большой объём переходов на сайт, давали некачественный трафик. Иными словами при большом количестве переходов, люди проводили на сайте не более 40 секунд и уходили с главной страницы. Также был проведён usability-аудит сайта. Выявлены проблемные места и недоработки в дизайне.

Помимо этого, наше агентство выполнило нестандартную работу – аудит Call-центра клиента. Мы воспользовались услугами партнёрского нам агентства, которое специализируется на построении и развитии call-центров) консультациями экспертов в области телефонных переговоров. По согласованию с девелопером были сделаны несколько контрольных звонков в офис продаж. Каждый телефонный разговор был записан и затем отправлен клиенту вместе с письменным анализом данного звонка.

Результат:

Отказ от неэффективных рекламных площадок и поисковых фраз, привёл к снижению количества переходов на сайт, но повысил качество трафика. Изменения в навигации сайта и доработки по дизайну привели к увеличению конверсии в звонки с 1,2% до 2%, а аудит call-центра клиента с последующим тренингом сотрудников позволил повысить конверсию из звонков в визиты на объект на 25%

ЖК «Рябиновые Аллеи»

«Рябиновые Аллеи» – малоэтажный жилой комплекс эконом-класса в г. Ногинске.

Задача

Девелопер проекта ориентировал нас на конкретные бизнес-показатели: прирост звонков на 50 в месяц.

Также в течение 3-4 месяцев с момента начала работы мы должны были перейти на CPA (cost per action) схему работы. При такой модели работы клиент платит за поступающие ему звонки исходя из оговоренной заранее стоимости одного звонка. Каждую неделю менеджер проекта прослушивает поступившие к клиенту звонки и вместе с клиентом оценивает качество звонков.

Решение

Помимо стандартных медийных активностей на порталах по недвижимости активно использовались агрегаторы баз данных. Создавалось большое количество объявлений под каждую квартиру в жилом комплексе. Все объявления размещались в 20 различных базах и на досках объявлений. Это дало массовый охват и принесло много качественных звонков.

Также использовались узконаправленные аудиторные закупки (RTB) медийной рекламы. Это позволило точно взаимодействовать с потенциальными покупателями и тестировать различные креативы в режиме реального времени.

В контекстной рекламе большой упор делался на рекламные сети Яндекса и Google. В сети Google также активно использовались различные креативы.

Результат:

с февраля по март был зафиксирован прирост на 90 целевых звонков. Таким образом в первый месяц план по приросту звонков был перевыполнен почти в 2 раза.

За 4 месяца рекламной кампании стоимость звонка снизилась с 5 300 рублей до 2 100 рублей. В данный момент мы продуктивно работаем по схеме оплаты за звонок.

Наши клиенты и проекты



Наши партнеры

JCat

ЭКСПЕРТ ONLINE

ВЕДОМОСТИ
THE WALL STREET JOURNAL | 100 YEARS | FINANCIAL TIMES

ЦИАН

Яндекс Недвижимость

REALTORU
ПОРТАЛ О НЕДВИЖИМОСТИ

Novostroy-M.ru

NEWS.ru.com

ВСЕ НОВОСТРОЙКИ
ru

Stroyportal.ru
Все о строительстве и ремонте от А до Я

недвижимость@mail.ru

gdeetotdom.ru

ВЗГЛЯД
ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА

MOSNOVOSTROY.RU
МОСКОВСКИЕ НОВОСТРОЙКИ

TOWNHOUSE.RU

РБК

cottage.ru

КВАДРУМ

SLON

КОММЕРЧЕСКАЯ
НЕДВИЖИМОСТЬ

1 ДОМ
ПЕРВЫЙ
О НОВОСТРОЙКАХ

Realty.dmir.ru®

ARENDATOR.RU
КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ
ПЕРЕЖИВЕМ ВСЕ ВМЕСТЕ

ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ
METRINFO.ru
ПРАКТИЧНО О КВАДРАТНЫХ МЕТРАХ

Forbes

DOMZAMKAD.RU

move.su

Каванга!
яркая рекламная сеть

Domofond.ru
Найдите свое идеальное жилье

ИНДИКАТОРЫ
РЫНКА
ИРН.RU НЕДВИЖИМОСТИ

LENTA.RU
Совместно с Рамблер Недвижимость

RealEstate
информационный портал о недвижимости

Avito

РИА НОВОСТИ

ПОСЕЛКИ.РУ

sob.ru

rb.ru
деловая сеть

Из рук в руки

DOMEX
Недвижимость в России и за рубежом

Dom
BFM.RU

RealRealty

Коммерсант.ru
НОВОСТИ ONLINE



SmartMedia Realty входит в группу компаний «SmartMedia»

Москва, ул. Ленинская Слобода, 26

+7 (495) 663-15-15

realty@smart-media.ru

www.smrealty.ru