



АЛМАЗ

АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ



2025

С чего начать свой путь
в сфере недвижимости



Цифровой маркетинг в недвижимости





Модуль 1

💡 Что такое цифровой маркетинг в недвижимости?

Цифровой (или интернет-) маркетинг в недвижимости — это система онлайн-инструментов, стратегий и платформ, с помощью которых агентства, застройщики, частные риэлторы и инвестиционные компании продвигают объекты и услуги, привлекают клиентов, выстраивают бренд и увеличивают продажи.

🔧 Основные инструменты цифрового маркетинга

1. Сайт и SEO-продвижение

- Цель: Привлечь органический (бесплатный) трафик из поисковых систем (Google, Яндекс).
- Как работает:
 - Разработка удобного, адаптивного сайта с каталогом недвижимости.
 - Оптимизация под ключевые слова: "купить квартиру в Казани", "новостройки недорого", "аренда офиса" и т.п.
 - Регулярное написание уникального контента: статьи, обзоры ЖК, новости рынка.
- Плюсы:
 - Долгосрочный эффект.
 - Низкая стоимость привлечения клиента в перспективе.

2. Контекстная реклама (Google Ads, Яндекс.Директ)

- Цель: Быстро привлечь клиентов, находящихся "в моменте выбора".
- Как работает:
 - Платные объявления по целевым поисковым запросам.
 - Геотаргетинг, временные ограничения, ремаркетинг.
- Плюсы:
 - Мгновенный запуск.
 - Возможность точно настроить под целевую аудиторию.
- Минусы:
 - Стоимость лида может быть высокой, если плохо настроить кампанию.

3. Продвижение в социальных сетях

- Цель: Повысить узнаваемость, собрать лояльную аудиторию, получать заявки.
- Площадки: Instagram*, VK, TikTok, Telegram.
- Форматы:
 - Посты с фото/видео объектов;
 - Stories с отзывами, закулисом, новостями;
 - Реклама с геотаргетингом;
 - Работа с лидерами мнений;
 - Автоворонки через чат-ботов.
- Плюсы:
 - Эмоциональное вовлечение.
 - Возможность коммуникации в реальном времени.





Модуль 1

4. Email-маркетинг и рассылки в мессенджерах

- Цель: Поддерживать связь с потенциальными и текущими клиентами.
- Как работает:
 - Сбор базы подписчиков (через сайт, соцсети).
 - Рассылка новинок, спецпредложений, акций.
 - Сегментация базы: инвесторы, арендаторы, покупатели.
- Инструменты: UniSender, Mailchimp, Telegram-боты, WhatsApp API.
- Плюсы:
 - Высокая вовлечённость при правильной стратегии.
 - Автоматизация коммуникаций.

5. Ретаргетинг (повторный маркетинг)

- Цель: Вернуть пользователей, которые уже интересовались объектами.
- Как работает:
 - Показывать рекламу тем, кто уже был на сайте, но не оставил заявку.
 - Используется пиксель Facebook*, Google Tag Manager, Яндекс.Аудитории.
- Плюсы:
 - Повышает конверсию сайта.
 - Дешевле первичного привлечения.

6. CRM-системы и автоматизация продаж

- Цель: Упорядочить работу с клиентами, не терять лиды.
- Популярные CRM: AmoCRM, Bitrix24, Алмаз CRM.
- Функционал:
 - Хранение базы клиентов;
 - Автоматические уведомления и задачи;
 - Интеграция с телефонией, мессенджерами, сайтом;
 - Воронка продаж.
- Плюсы:
 - Повышение эффективности отдела продаж.
 - Контроль качества работы менеджеров.

7. Аналитика и сквозная аналитика

- Цель: Понимать, какие каналы приносят клиентов и как оптимизировать расходы.
- Инструменты: Google Analytics, Яндекс.Метрика, Roostat, Calltouch.
- Метрики:
 - Конверсия сайта;
 - Источники трафика;
 - Поведение пользователей;
 - Стоимость лида (CPL) и продажи (CPA).
- Плюсы:
 - Принятие решений на основе данных.





Модуль 2

Результаты цифрового маркетинга для рынка недвижимости

Цель

Увеличение продаж
Привлечение целевого трафика
Повышение лояльности
Упрощение работы отдела продаж
Повышение узнаваемости

Как достигается

Автоматизация, лидогенерация, CRM
SEO, контекст, соцсети
Email-рассылки, соцсети, поддержка
CRM, сквозная аналитика
SMM, блог, видео-контент

Примеры применения

1. Застройщик запускает лендинг с онлайн-просмотром квартир и таргетированную рекламу в VK — заявки поступают напрямую в CRM.
2. Агентство использует SEO и контент-маркетинг: обзоры районов, интервью с жителями, и получает стабильный поток бесплатного трафика.
3. Частный риэлтор развивает Instagram-блог, публикует видеообзоры квартир и продаёт 80% объектов без сайта.

Тренды

- Видеомаркетинг и вертикальные видео;
- Искусственный интеллект в подборе объектов (чат-боты, рекомендации);
- Маркетплейсы и агрегаторы как основной канал продаж;
- Персонализированные рассылки и автоворонки.

Шаблон стратегии цифрового маркетинга в недвижимости

1. Цели и задачи

Цель

Увеличение потока лидов
Повышение узнаваемости бренда
Рост органического трафика
Увеличение конверсии сайта
Повторные продажи/лояльность

Метрика/показатель

Количество заявок с сайта/рекламы
Охваты, подписчики, упоминания
Переходы из поиска
% лидов от общего трафика
Количество повторных заявок





Модуль 2

Целевая аудитория

Аватар

Покупатель жилья

Арендатор офиса

Инвестор

Возраст

25–40

30–50

35–60

Доход

Средний+

Средний/высокий

Высокий

Интересы

Новостройки, ипотека

Бизнес, юридические услуги

ROI, пассивный доход

Поведение

Ищет в Google, сидит в Instagram*, сравнивает

Ищет в Яндексe, звонит, ценит локацию

Сматривает аналитику, готов рассматривать доходные дома

Каналы привлечения

Канал

SEO-продвижение

Контекстная реклама

Соцсети (SMM)

Ретаргетинг

Email-рассылки

Агрегаторы

Цель

Бесплатный трафик

Быстрые заявки

Увеличение узнаваемости

Повторный контакт

Прогрев, уведомления

Прямые заявки

Инструменты

Тексты, мета-теги, блог, скорость сайта

Яндекс.Директ, Google Ads

VK, Instagram*, TikTok, Telegram

Яндекс.Аудитории, Meta*, myTarget

UniSender, Mailchimp

CIAN, Avito, DomClick, Я.Недвижимость

Ответственный

SEO-специалист

PPC-специалист

Контент-менеджер

Маркетолог

Email-специалист

Агент/менеджер





Модуль 2

Целевая аудитория

Аватар

Покупатель жилья

Арендатор офиса

Инвестор

Возраст

25–40

30–50

35–60

Доход

Средний+

Средний/высокий

Высокий

Интересы

Новостройки, ипотека

Бизнес, юридические услуги

ROI, пассивный доход

Поведение

Ищет в Google, сидит в Instagram*, сравнивает

Ищет в Яндексe, звонит, ценит локацию

Смотрит аналитику, готов рассматривать доходные дома

Контент-стратегия

Формат

Обзоры ЖК

Видео-тур

Сравнения

Отзывы

Кейсы

Пример

"Лучшие новостройки Советского района"

"Квартира 2-комн. 65 м² в ЖК 'Солнечный'"

"Купить или арендовать офис: что выгоднее?"

"Как я купил квартиру с агентством Алмаз Казань" VK, сайт

"Как мы продали дом за 2 недели"

Канал

Блог, YouTube

Instagram*, TikTok

Блог, рассылка

Telegram, блог

Периодичность:

- Посты в соцсетях: 3–5 раз в неделю
- Блог/SEO-статьи: 2–4 в месяц
- Email-рассылки: 2–4 в месяц
- Видео-контент: 1–2 ролика в неделю

Автоматизация и CRM

CRM-система: Bitrix24 / AmoCRM / Алмаз CRM

Интеграции:

- Формы сайта → CRM
- Заявки из рекламы → CRM
- Мессенджеры и email → CRM

Автоматизация:

- Автоответы после заявки
- Напоминания менеджеру
- Сценарии воронки продаж
- SMS/email/WhatsApp-уведомления





Модуль 2

Аналитика и KPI

Показатель	Целевое значение
Стоимость лида (CPL)	< 800 Р
Конверсия сайта в заявку	> 2%
Охват соцсетей	> 10,000/мес
Подписчики	+500/мес
Органический трафик	+20% за квартал
ROI на рекламу	> 300%

Инструменты аналитики:

- Google Analytics 4
- Яндекс.Метрика
- Calltouch / Roistat
- CRM-отчеты

Бюджет (примерный)

Статья расходов	Сумма / мес.	Примечание
Реклама (контекст/SMM)	50,000–100,000 Р	В зависимости от региона и целей
SEO-продвижение	30,000–70,000 Р	Статьи, оптимизация, аудит
Ведение соцсетей	25,000–50,000 Р	Включая дизайн и копирайтинг
Email-маркетинг	5,000 Р	Платформа + рассылки
CRM и аналитика	3,000 Р	Bitrix, Calltouch, Roistat и т.д.

Цели бизнеса

Цель	Пример
 Управление агентами	Учет работы менеджеров и аналитика
 Автоматизация работы с клиентами	Снизить потерю лидов на 30%
 Лидогенерация	100 заявок с сайта и соцсетей
 Увеличить продажи	20 сделок в месяц





Модуль 3

17 Контент-план для соцсетей (на 4 недели)

Тип поста	Тема / Пример	Формат
📌 Объект недели	«2-комнатная в ЖК “Яркий”, 5.9 млн»	Фото, карусель, сторис
💡 Полезный совет	«Проверить застройщика»	Карусель / видео
💬 Отзыв/кейс	«Как мы нашли дом за 3 дня»	Цитата+фото клиента
📊 Аналитика/рынок	«Средняя цена на новостройки»	Инфографика/карусель
🧠 Инфотейнмент	«Топ-5 необычных домов в Казани»	Карусель/Reels
🔑 Закулистье/команда	«Как проходит наш показ квартир»	Фото, видео, сторис
❓ Вопрос/опрос	«Купили бы квартиру без отделки?»	Сторис/пост с опросом

🧠 SEO-контент-план (на 1 месяц)

Заголовок статьи (H1)	Ключевые фразы	Примечания
Купить квартиру в Казани:	купить квартиру Казань	Evergreen-контент
Рейтинг застройщиков	застройщики Казани	Обновлять раз в год
Вторичка или новостройка?	вторичка, новостройка	Статья с примерами
Продать квартиру быстро	как продать квартиру	Практическая статья
Топ-5 районов Казани	лучшие районы Казани	Молодым семьям
Аренда ком. недвижимости	аренда ком. недвижимости	B2B-аудитория
Ипотека в 2025 году	ипотека, ставки по ипотеке	SEO, аналитика

