# **Текст для креативного агентства "БезНебес".**

# 

# **Как рекламироваться правильно на Avito для застройщика?**

А вы знали, что Avito - отличная площадка для продвижения застройщиков? 28 млн человек ищут здесь недвижимость каждый месяц. Каждую вторую квартиру в России продают на “Авито”. 5873 из 26 927 магазинов (на данный момент) Avito в разделе “Недвижимость”. Эта категория на втором месте по востребованности и уступает только транспорту.

Да, у многих этот сервис ассоциируется с цифровой “барахолкой”, перекупщиками и сомнительными вакансиями. Но на самом деле у “Авито” гораздо больше возможностей, чем кажется на первый взгляд.

В первую очередь поговорим о функционале под названием “Магазин”, который позволяет выбрать один из трех тарифов: “Базовый”, “Расширенный” и “Максимальный”.

Фактически это сайт внутри сервиса в виде электронной витрины товаров. С его помощью можно продавать, общаться с клиентами и грамотно позиционировать свой бизнес.

**Почти как сайт**

У вас еще нет магазина на Авито? Значит пора создать его!

Возможно магазин был, но работа велась бессистемно, и отдачи не было.

Следовательно нужно привести его в порядок: провести аудит и разработать стратегию продвижения.

Никаких компромиссов - только движение вперед, работа над ошибками и основательное изучение ниши.

Да, магазин Avito - полноценный рабочий инструмент, требующий комплексного подхода. Для правильного позиционирования застройщик должен подойти к продвижению с максимальной ответственностью и учетом всех деталей.

Фронт работ, как и при разработке классического сайта обширный: вам будет нужно создать фирменный стиль, отразить на странице преимущества жилого комплекса, информацию об инфраструктуре объекта, ипотеке, материнском капитале. И

это далеко не полный перечень возможностей. А возможности зависят от пакета услуг, который вы выбрали. Самый привилегированный и дорогой пакет (но ненамного дороже других тарифов) включает брендирование магазина, техническую поддержку, помощь персонального менеджера, отключение рекламы конкурентов.

Сами объявления, конечно, играют важную роль. И для магазина “Авито” текстики наподобие “Куплю килограмм яблок недорого” не подойдут. Для результата нужен цепляющий контент, выполненный по всем правилам хорошего копирайтинга: с блоками, абзацами, выделением главных мыслей, интуитивно понятными и приятными для чтения словосочетаниями.

Публикации необходимо постоянно мониторить: следить за статусом квартир “В продаже” - “продано”. То есть объявления о проданных объектах нужно своевременно убирать и заменять на новые. Фотографии, планировки и рендеры должны впечатлять и наглядно демонстрировать преимущества жилого комплекса.

**Услуги X и другие особенности продвижения**

На Avito многое зависит от бюджета рекламной кампании и того, сколько вы готовы заплатить и пакета, на котором остановили выбор. Улучшить эффективность помогают дополнительные опции.

Например, комплекс услуг для продвижения бизнеса: X2, X5 и X10 увеличивает количество просмотров.

Допустим, в “стандартном режиме” объявление о вашем жилом комплексе посмотрели десять раз. Услуги Х увеличивают количество просмотров в два, пять и десять раз. Соответственно, вы получаете двадцать, пятьдесят и сто просмотров. Плюс к этому Avito предлагает дополнительные расширения: в выдаче потенциальный клиент видит не одну, а три фотографии. Вместе с фото пользователь также видит информацию об акциях, скидках и других привлекательных предложениях.

**Коллтрекинг. Теперь на Avito**

Коллтрекинг — профессиональный инструмент, который собирает информацию о входящих вызовах

и позволяет слушать записи разговоров. В ваших объявлениях отобразятся подменные номера — звонки на них переадресуются вам. Статистика и записи разговоров появятся в разделе «Звонки» Авито. Это поможет эффективнее расходовать деньги

на продвижение и определить какие сегменты квартир приносят наибольший выхлоп, чтобы сконцентрироваться на их продвижении и получать результат в виде лидов.

**Стратегия продвижения - как это работает. Опыт и практика**

Хотите получить как можно больше звонков и просмотров? Увеличьте свое присутствие на первой странице выдачи с помощью продвижения объявлений.

Количество объявлений зависит от количества предложений застройщика. Важно определиться с количеством объектов, которые будут продвигаться в сутки. Следует обратить внимание на объявления с наибольшим откликом от пользователей и поставить именно их на продвижение.

При выборе квартир люди пользуются фильтрами. Учтите этот фактор. Клиент приблизительно знает, что ему надо - вводит определенный порог стоимости, район, количество комнат в квартире. Пример: Калининский район, однокомнатная квартира стоимостью до трех миллионов рублей. Надо стремиться охватить все ниши и предлагать разные варианты для разных клиентов. Например, вы продвигаете две однокомнатные квартиры. Первая - относительно небольшая - 34 квадратных метра стоимостью до 3 миллионов. Её можно найти по описанному выше запросу. Вторая - более габаритная и дорогая, стоимостью три с половиной миллиона. По фильтру будет показываться в диапазоне от до трех с половиной или четырех миллионов. То есть ее увидит уже другая категория клиентов.

Продвижение должно осуществляться в течение всего дня. Ваша задача найти топовое время с максимальной пользовательской активностью и показывать все категории - однокомнатные, двухкомнатные, трехкомнатные квартиры.

Магазин, как и сайт можно интегрировать с CRM-системой, и автоматизировать работу до максимума.

Кстати, все больше застройщиков доверяют сервису. 5873 из 26 927 магазинов (на данный момент) Avito в разделе “Недвижимость”. Эта категория на втором месте по востребованности и уступает только транспорту.

**Все самое лучшее на витрине!**

По аналогии с обычными магазинами, на Avito есть электронная витрина. Как вы уже догадались, все самое интересное размещают там: объявления об акционных квартирах, популярные планировки и другие цепляющие материалы

**Аvito Pro**

Управлять магазином можно легко с помощью сервиса Avito Pro. Он позволяет беспроблемно управлять объявлениями, планировать продвижение и анализировать статистику.

Итоги

Все преимущества магазина “Авито” для застройщика налицо. Решение только за вами - пользоваться возможностями этого функционала или продвигаться старыми, набившими оскомину, методами.