

После просмотра объекта возвращайтесь в офис и сдавайте Ваш новый объект в рекламу.

Ка вы знаете, реклама - это двигатель торговли, и коммерческая недвижимость в этом отношении ни чуть не исключение. Именно от качественной рекламы зависит количество позвонивших клиентов, и имейте ввиду, что даже на самый хороший объект вы можете не получить нужное количество клиентов, если неправильно дадите рекламу.

В нашем агентстве "Коммерц Бюро" существует три категории объектов: "ВИП", "обычный объект" и "прочие объекты"

Наш рекламный менеджер осуществляет полный комплекс рекламных действий, "добывая" для вас заветных клиентов, и проводит с вами индивидуальную рекламную работу. Но подготовить объявление на отправку вы должны сами, т.к. именно вы были на объекте, и никто не даст первичное описание чем вы.

Рассмотрим порядок отправки объявлений на рекламу.

1. В своей личной папке Вам следует сделать папку с названием Вашего объекта (Название папки: назначение помещения, метро и площадь) Например "Автосервис Дмитровская 500"

Перед составлением рекламного объявления зайдите в папки ваших коллег-брокеров и посмотрите, как должны выглядеть объявления на подобного рода помещения. Учитывайте, что важно подчеркнуть все преимущества вашего объекта, и не использовать в тексте отторгающих фраз. Клиент должен заинтересоваться и позвонить, а не наоборот.

Например, если в помещении нет отопление, но есть возможность его провести, нельзя писать что помещение без отопления, удобнее будет описать все клиенту по телефону,

объяснив каким образом и когда можно будет подключить отопление.

Вместе с менеджером рекламного отдела или управляющим агентства составьте объявление для привлечения клиентов (арендаторов) на Ваш новый объект. Объявление должно содержать описание объекта, его характеристики и подчеркивать все его преимущества. Так же следует разместить качественные фотографии Вашего нового помещения.

Используйте слова и фразы, которые хотят видеть потенциальные арендаторы, например: долгосрочная аренда, прямая аренда, крупный надежный арендодатель, капитальное строение с централизованным отоплением, в наличие все право устанавливающие и разрешительные документы, удобное месторасположение, высокий транспортный и пешеходный трафик, удобные подъездные пути, парковочные места, охрана и видео наблюдение, выгодная арендная ставка, арендные каникулы на въезд, скидка на первый месяц, оборудование в хорошем состоянии, наработанное место с клиентской базой, не требует вложений, свежий ремонт, качественный пол с высокой нагрузкой, высокие электрические мощности, система вентиляции, прочие преимущества и бонусы.

Для составления качественного объявления воспользуйтесь разделом [Подсказки при составлении объявлений](#), им вы можете так же пользоваться в разделе "Ваши помощники" в левой колонке меню сайта.

2. Обсудите с вашим менеджером, к какой категории отнести объект ("ВИП", "обычный объект" или "прочие объекты").

Если объект отнесен к категории "ВИП" это значит что он обладает высокой степенью ликвидности и заслуживает особого внимания, а ваша задача и задача агентства проявить максимум усилий к его сдаче.

Категория ВИП подразумевает следующие действия с объектом:

- Написание нескольких привлекательных объявлений, подчеркивающих все преимущества объекта, и размещение самых привлекательных фотографий.
- Обзвон выборки из клиентской базы с предложением данного вип-объекта.
- Предложение своего объекта коллегам-брокерам, у которых возможны потенциальных клиенты (Применяя выгодную для всех схему ваш объект + клиент коллеги= сделка)
- Смс - рассылка
- Выпуск дополнительных платных объявлений, реклама в Яндекс директ и на дополнительных площадках в интернете
- Составление отдельной презентации и ее почтовая (имейл-рассылка)
- Возможно размещение на здании собственника рекламных растяжек (баннеров)
- Особое внимание объекту, целенаправленная сдача, регулярный контакт с собственником, поддержание рекламы на максимальном уровне и прочие действия, способствующие сдаче объекта

Попросите менеджера рекламного отдела распечатать Вам из клиентской базы всех потенциальных клиентов на Ваш новый объект, обзвоните их, предложите Ваше помещение, договоритесь о показе. Таким образом не дожидаясь отдачи с рекламных объявлений Вы сможете сразу получить потенциальных арендаторов.

Постарайтесь сделать максимум для своего объекта, помните, собственник станет вашим верным партнером, если вы покажете ему результат.

Так же не забывайте, что если товар не продается, то значит либо плохой товар либо плохой продавец. А если учесть что плохого товара не бывает, есть плохие продавцы, то здесь вам и "карты в руки".