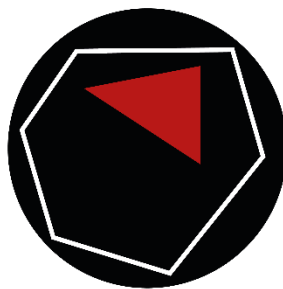


ГРАНИ



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Грань №4

Я – Маркетолог

Урок № 10

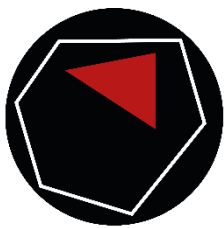
**Как работать с риэлторами, строителями и
девелоперами?**



bk_grani



club-grani.ru



Как работать с риэлторами, строителями и девелоперами?

1. Риэлторы

Риэлтором мы можем обзванивать и предлагать партнерство за определенные вознаграждения от своих дизайнерских услуг.

Где искать риэлтора?

Нам не подходят большие компании риэлторов, так как в них сложно финансово замотивировать всех участников сделки. Намного проще договориться с частными риэлторами, которых можно легко найти:

<https://uslugi.yandex.ru/>

<https://www.avito.ru/>

<https://profi.ru/>

<https://www.superjob.ru/>

<https://www.cian.ru/realtors/>

<https://www.superjob.ru/>

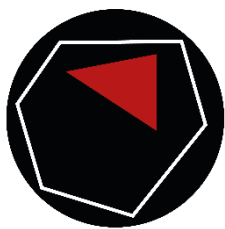
а так же в поисковике instagram и других социальных сетей.

Может возникнуть вопрос: «А причём тут сайт с вакансиями риэлторов?»

Ответ простой: «Когда риэлтор хочет устроиться на работу, то значит у него мало заказов, значит, что ему нужны деньги, и он с большей охотой рассмотрит возможность сотрудничества и дополнительного заработка.»

Первое, что важно понимать — это ценовая политика. От дизайнерских услуг можно отдавать условно 10%. Премии риэлтора от продажи квартиры в разы выше, чем любые бонусы, которые вы можете ему предложить за привлечение потенциальных клиентов, и ему вас продавать просто неинтересно. Поэтому переговоры с риэлторами мы ведем следующим образом. Вы должны не замотивировать риэлтора откатом, а должны помочь ему продать его же услуги, на которых он заработает достаточно приличные деньги. Есть три рабочих инструмента:





БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

1) Создать варианты планировок для жилья, которое риэлтор хочет продать. Чтобы его клиенты могли лучше представить, что и где может располагаться и быстрее приняли бы решение. Этот вариант предполагает, что вы можете себе позволить данную нагрузку, у вас есть свободное время или свободный сотрудник на окладе.

2) Выезд на совместную консультацию новосёлов. Предложить риэлтору совместный двойной удар при выезде на квартиру с клиентом. Чтобы вас не таскали на всякие мелкие квартиры, можно оговорить, что вы выезжаете только на квартиры более 70 кв метров. На подобных консультациях вы можете презентовать эту площадь, рассказать, что вы можете как дизайнер там сделать.

3) Так вы же можете быть полезны с для риэлторов, как эксперт для совместных эфиров в соцсетях. Где может происходить обмен базой подписчиков и формирование экспертного образа в глазах чужих клиентов.

Это вполне рабочая схема, по которой уже работают ваши коллеги. Берём и применяем.

Ниже мы приводим пример телефонного скрипта, по которому вы сможете звонить по риэлторским агентствам:

«Приветствую. Моё имя Марина, я - дизайнер интерьера и владелица студии «КОНИ».

У меня есть богаты опыт работы с риэлторами и понимание как могу быть полезна вам в продажи объекты недвижимости. С недавних пор я решила развивать свои услуги среди риэлторов. Вас может заинтересовать партнёрство со мной, и совместные консультации клиентов, для того, чтобы они легче соглашались покупать ваши квартиры?»

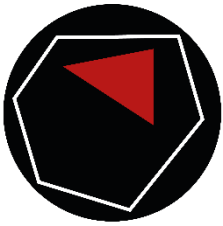
Если ответ «ДА», то далее рассказываете о 3 видах услуг.



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Если ответ «НЕТ», то уточняете причину: «Странно, многим из ваших коллег нравится, когда мы помогаем создавать планировки или выезжаем на крупные объекты для совместной консультации, с кем-то даже прямые эфиры ведём. У вас настолько хороши дела, что это не интересно, или вы просто уже работаете с каким-то дизайнером?»

Если «ДА, хорошо дела», то говорите: «Отлично, я вижу вы тоже постоянно развиваетесь, раз у вас хорошо дела. Вот именно с такой компанией я бы хотела поработать. Подскажите, а что было бы интересно вам получить от дизайнера интерьера? Как можно начать с вами сотрудничество? Как вас можно заинтересовать?»

Если «НЕТ, с кем-то работаем», то говорите: «Отлично, значит у вас уже есть опыт работы с дизайнерами. Значит вы умеете на нас зарабатывать. Тогда вам будет выгоднее работать сразу с двумя дизайнерами, давая своему клиенту выбор, устраивая мини-тендер среди своих контактов. Какая вам разница откуда вам придёт вознаграждение за сделку. В этой схеме вы ничего не теряете, зато даёте выгодный выбор клиенту.»

Обычно подобного скрипта достаточно, чтобы начать диалог с риэлтором. Подробнее о продажах и переговорах будет в ГАРНИ №5 «Я – мастер продаж».

2. Строители

Обзванивая строителей, мы предлагаем понятные чертежи (избавление от головной боли) и партнёрство в наших будущих проектах (как будто он наш единственный строитель на всю жизнь). Также строителям можно предлагать взаимовыгодное партнерство на их объектах за вознаграждение.

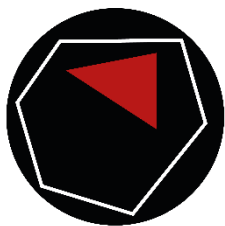
Самое распространённое возражение с их стороны — это у них уже есть дизайнер, или им это не интересно, или они не хотят с этим связываться. Тогда объясняйте им на языке выгоды, что с вами они заработают больше. Лучше со своим дизайнером договариваться по поводу переделок и увеличении объёма работ в глазах клиента, а не испорченные отношения с клиентом конфликтами на стройке, и потерянный сарафан.



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Следующие плюсы: у вас хорошие чертежи, развёртки, вы продумываете дизайн-проект до мелочей.

Помните, строители ещё большие обманщики, чем риэлторы. Им нужно больше предложить такой сервис, услугу, такое партнерство, чтобы реально добиться результата.

Если строитель говорит, что у них уже есть дизайнер, с которым он работает, предложите ему устроить тендер, как в примере работы с риэлторами. Просто меняете слово «риэлторы» на слово «строители», а фразы «продажа объекта» меняете на «продажу строительных услуг».

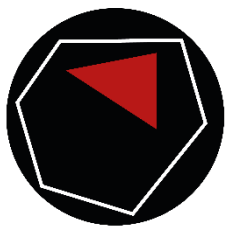
3. Девелоперы и застройщики

Нашими клиентами бывают застройщики коттеджей, жилых комплексов и девелоперы любых масштабов. И к каждому из таких крупных клиентов нужен индивидуальный подход в общении.

Например, в работе с девелоперами коттеджных поселков всё решается ещё на этапе фундамента, какие будут фасады, заборы, как будет разграничена территория, какие будут планировочные решения. Часто встречается застройка готовых домов на продажу «въезжай и живи». В таком случае нужны готовые решения, чтобы дом продавался дороже, а в строительстве обошёлся дешевле. У застройщиков бывают с дизайнерами консалтинговые договорённости, когда дизайнер продаёт консультации или готовые решения по заполнению предметами интерьера квартир на продажу. Существует формат партнёрства застройщика и дизайн-студии, когда дизайн-проект застройщик дарит в подарок новосёлам, чтобы повысить их лояльность, а сам оплачивает его изготовление дизайн-студии со своего расчётного счёта. Разумеется, в стоимость жилья включена стоимость изготовления дизайн-проекта. Подобный формат партнёрства очень перспективен для дизайн-студии, что позволяет гарантировать загрузку вашей команды. При такой финансовой свободе появляется возможность повысить ценник на ваши услуги для простого клиента, который просто к вам пришёл по сарафану.

По такой схеме с девелопером уже работает наш председатель Союза Дизайнеров и Архитекторов в Узбекистане Любовь Сафронова. Она вырастила небольшого застройщика в самого крупного на рынке Узбекистана, за счёт того, что научила его правильно в жилых комплексах располагать системы стояков, чтобы планировки были более привлекательными в глазах конечного клиента.





БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Это позволило ей загрузить свою студию 50-ю проектами параллельно и иметь штат сотрудников более 30 человек. Сейчас Любовь Сафронова является ведущим консультантом для девелоперов Узбекистана и Таджикистана.

Как позвонить девелоперу или застройщику?

Звонить девелоперу можно по обычному, стандартному сценарию:

- Мы дизайнерская студия, с кем можно поговорить о сотрудничестве, кто у вас в компании за это отвечает?

Как выходить на ЛПР (лиц принимающих решения) мы подробно расскажем в ГРАНИ №5 Я – мастер продаж.

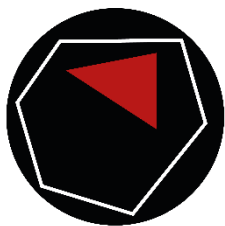
Секретарь либо вас отправит в отдел продаж, либо в отдел маркетинга. Там вас обязательно либо откажут, либо спросят: «Чем вы можете быть полезны?».

(разумеется, попросят всё это прислать на почту, потому что долго будут искать ответственного за такие партнёрства)

Вот варианты, что мы можем предложить девелоперу / ЖК / застройщику:

1. Сделать по бартеру офис продаж. Помочь им с комплектацией. (такой вариант у нас получилось реализовать в Москве студией Procomfort)
2. Вести колонку в соцсетях, где мы даем экспертные советы по ремонту новосёлам. Так сказать прогрев полезным контентом. Где наша студия подготавливает полезные уникальные тексты по ремонту, а застройщик публикует эти тексты с ссылками на нас в своём инстаграм жилого комплекса. (такой вариант у нас получилось реализовать в Москве студией Procomfort)
3. Разработать дизайн интерьера входной зоны в жилом комплексе. Редко, но встречается, когда есть в таком потребность у застройщика. (несколько раз обсуждали такое на переговорах с ЖК на ранней стадии строительства)
4. Семинар для новоселов для привлечения внимания и большей лояльности конечного клиента к этому жилому комплексу. Подобные проекты были реализованы моими учениками многократно. Один из знаменитых кейсов – это Марина Волкова из г. Воронежа, которая со своим партнёром организовала более 11 подобных семинарах для новосёлов. Организовать их очень легко:
- Площадкой может быть холл жилого комплекса. Вся техническая аппаратура с застройщика.





БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

- Вы готовите лекцию на важную тему для клиента: «Как определиться со стилем в дизайне», «Как правильно выбрать дизайнера», «10 секретов планировочных решений», «10 вещей на которых нельзя экономить в ремонте».

- Находите ещё одного спикера. Может быть это будет ваш комплектатор, или знакомый прораб, может быть любимый поставщик.

- Далее находите ещё одного платного партнёра, который заплатит вам 10-25 тысяч рублей, за то, что прорекламирует свою продукцию перед целевой аудиторией конечного клиента.

Эти деньги либо ваша личная чистая прибыль. Либо, если у вас нет застройщика, который приглашает новосёлов, на эти деньги вы можете оплатить рекламу.

Подобные проекты мои ученики многократно проводили в Воронеже, Минске, Хабаровске и Москве.

В Москве во время пандемии подобные семинары для новосёлов мы устраивали в онлайн-формате.

5. Разработка рекламного буклета для новосёлов совместного с девелопером. В этом буклете можно сделать подборку самых востребованных стилей дизайна.
Подробнее об этом рассказывает в Уроке №5 в этом модуле.
6. Провести обучение для менеджеров отдела продаж и риэлторов по правильному консультированию клиента. Рассказать о фишках в ремонте, планировках, возможности объекта и выбора современного стиля. Это поможет им лучше продавать.
7. Разработка шаблонных планировок для этажа жилого комплекса в помощь отделу продаж. Или разработка планировок для проблемных квартир, которые хуже всего продаются.
8. Вести колонку дизайн-эксперта в соцсетях или на сайте застройщика.
9. Проводить дни дизайн-консультаций для новосёлов. Например по субботам выделять дежурного дизайнера для консультаций.
10. Консультации по фен шуйю или васту для новосёлов. (Такой вариант у нас получилось реализовать в Москве студией Procomfort. Мы привлекали дизайнера-эксперта Марину Курочкину из Союза Дизайнеров и Архитекторов, заранее оговорив зоны ответственности и партнёрство. Можно проводить консультации групповые и по зуму.)

Что мы хотим в замен от застройщика и как может выглядеть подобное предложение можно посмотреть здесь:

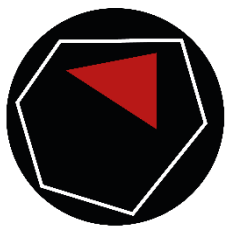
<https://disk.yandex.ru/i/meKikuBuL4oc6w>



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Экскурсия.

Есть положительный кейс: Многие ЖК организованно устраивают экскурсии для потенциальных конечных клиентов. Вы можете представиться дизайнером – представителем вашего клиента, который хочет посмотреть существующие варианты квартир и записаться на подобную экскурсию. На этой экскурсии экспертно задавать вопросы продавцам при других потенциальных клиентах, и в конце раздать всем свои визитки. (В рамках пандемии подобные групповые туры иногда устраивают даже в рамках онлайн-встреч.)

Отдел продаж.

Некоторые ваши коллеги научились знакомиться и вербовать в свои промоутеры менеджеров в отделах продаж, просто приходя туда и предлагая свои услуги. Часто в подобных точках продаж производится прослушка менеджеров и видеонаблюдение. В таком случае дизайнеры задают прямой вопрос: «Скажите, вас прослушивают? Напишите пожалуйста на листочке ваш номер телефона, у меня для вас есть деловое предложение.»

Служба эксплуатации.

Можно предложить сотрудничество непосредственно коменданту или главному инженеру службы эксплуатации. Обещая за рекомендацию вас вознаграждение. Иногда у них есть стол для рекламных буклетов, где вы можете оставить свои визитки или рекламную продукцию.

Есть кейс: Дарья Шевченко из нашего Союза Дизайнеров и Архитекторов через знакомства находила возможность выкупить рабочее место для своего менеджера в службе эксплуатации, который целыми дня сидел там и предлагал всем входящим гостям услуги по разработке дизайн-проектов, ремонту и комплектации.

Форумы.

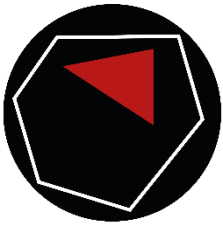
Есть кейс, когда в некоторых ЖК можно было купить рекламу на их внутренних площадках: форум для общения жильцов или закрытая группа в WS. Так же были случаи, когда дизайнеры договаривались с существующим клиентом из ЖК в замен на услугу или скидку, что тот прорекламирует дизайнерскую студию в подобных группах.



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Блоггерские обзоры.

Хитрый способ выйти на рекламный отдел. Когда вы обращаетесь в коттеджный посёлок или ЖК с предложением сделать обзор вариантов решения по дизайн-проекта для клиентов на примере их недвижимости. Аргументируя, что у вас есть подписчики, которые тоже являются их потенциальными клиентами. Со своей стороны, вам придётся завести подобную инстаграмную рубрику. Обычно такая активность хорошо приветствуется что в интерьерной нише, что в ландшафтном дизайне.

Реклама в лифте.

Был опыт покупки рекламы в лифте ЖК. При подобном рекламном канале нужно просчитать сколько этажей в доме, сколько квартир и насколько дом уже заселён.

Школы.

Хорошим рекламным каналом является сотрудничество со школами, курсами и тренинговыми площадками, где обучают подобную вам нужную целевую аудиторию.

Есть школы по ремонту для проработов.

Есть школы риэлторов.

Есть школы девелоперов.

Кейс: Нина Лопатина из нашего Союза Дизайнеров и Архитекторов запартнёрилась со школой девелоперов и вышла на подобную целевую аудиторию. Впоследствии Нина Лопатина организовала форум в Москве для девелоперов.

Кейс: Мы с Евгенией Ананичевой – топовый дизайнер ресторанов в Москве (была у меня в консалтинге) партнёрились со школами рестораторов, где она предлагала свои услуги в качестве лектора, помогающего рестораторам разобраться, как правильно строить ресторан и какие концепции сейчас в моде.

Домашнее задание:

Что вы можете внедрить из данных каналов привлечения риэлторов, строителей или застройщиков прямо сейчас?



bk_grani



club-grani.ru