

**Таргет и контекст
для застройщиков
и продавцов
недвижимости**





Михаил Соловьёв

- BizDev-менеджер в агентстве eLama
- Спикер в нескольких курсах eLama
- Спикер 10+ видео на YouTube-канале
- Автор 20+ текстов eLama Blog



Содержание

- Опыт агентства по продвижению недвижимости в российских соцсетях
- Telegram Ads для продвижения недвижимости
- Возможности Яндекс Директ для застройщиков



Опыт агентства по продвижению недвижимости в российских соцсетях



Об агентстве

Часть adtech eLama. Больше 16 лет на рынке. Больше 60 сотрудников. AVG LT клиентов с нами = 6 лет

Среди наших клиентов:

- СК10
- Сенатор
- WSL
- Балтийская коммерция
- и пр.



Таргет для недвижимости: О клиентах

Раньше большая доля лидгена была из запрещенной рекламной системы.

Пришлось перестраиваться.

Другая особенность, у части наших клиентов: на каждый ЖК отдельный рекламный аккаунт. Например, у одного из вышеуказанных клиентов их 7.



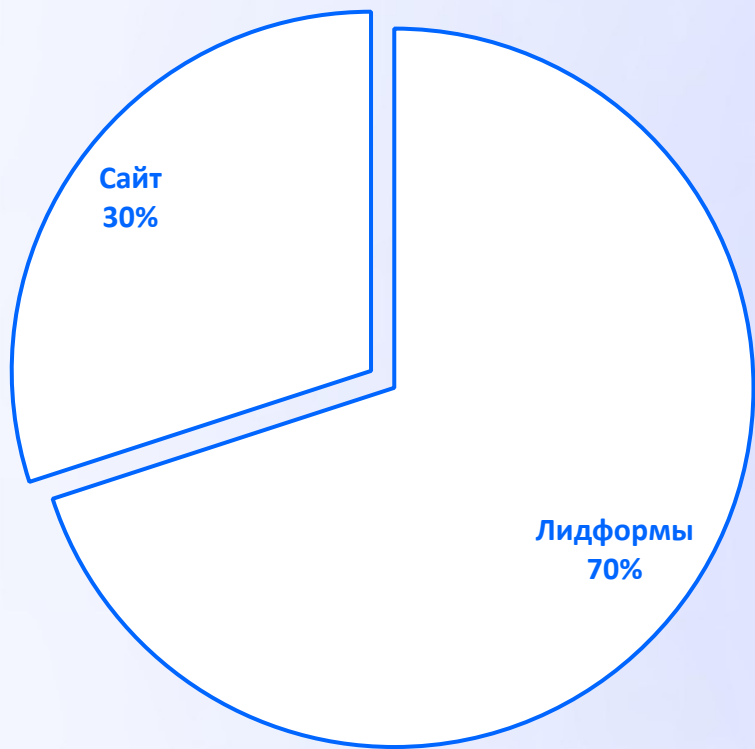
Таргет для недвижимости: О клиентах

У клиента с 7 рекламными аккаунтами есть тренды в рекламе, которые можно назвать общими и для других клиентов.

SIC! Не является универсальным пособием



Наблюдение в таргете: Посадочные страницы



Лидформы приносят значительно больше конверсий, чем формы на сайте, соответственно, лид-формы используются чаще.

Но есть нюансы, связанные с аналитикой.



Наблюдение в таргете: Посадочные страницы

Нюансы, связанные с аналитикой:

- Важно настроить интеграцию и корректную передачу заявок в CRM-систему
- Важно анализировать звонки
- Процент квалифицированных лидов из заявок с сайта выше, чем с лид-форм



Наблюдение в таргете: Посадочные страницы

Первые два нюанса решаем чаще всего так:

albatō

Вебхуки для интеграций



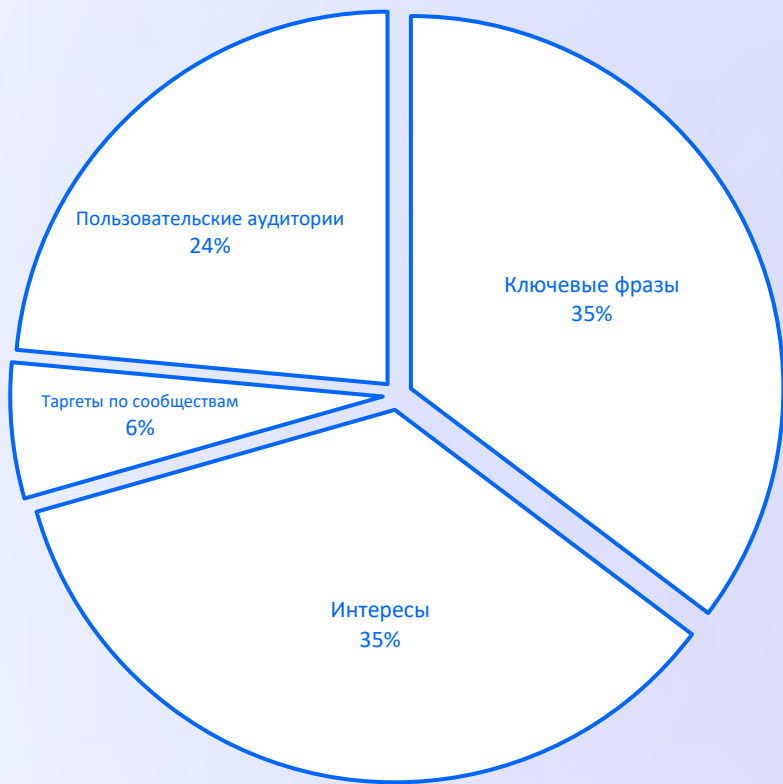
CRM, аналитика и CDP



Прослушивание звонков по старту кампаний +
прослушивание репрезентативной выборки на
регулярно основе



Наблюдение в таргете: Категории таргетинга



Наблюдение в таргете: Интересы и поведение, ключевые фразы

Хорошо отрабатывают:

- Брендовые фразы
- Фразы содержащие «ипотека», «расчет ипотеки»



Наблюдение в таргете: Интересы и поведение, ключевые фразы

Хорошо отрабатывают связки интересов. Пример: |Ипотека| U |Покупка новостроек|.

Последовательный поиск связок интересов, ключевых фраз, без сильного сужения охватов приводит к понижению стоимости лида.



Наблюдение в таргете: Таргет Пользовательские аудитории

- Аудитории из вашей CRM. Базы данных умеют удивлять результатом, если правильно с ними работать.
- Аудитории, собранные при помощи DMP и сервисов типа Target Hunter, Церебро и т.д.



Наблюдение в таргете: УТП и креативы

Лучше работают УТП и креативы, содержащие цифры, например:

- % скидки
- стоимость первоначального взноса
- сравнение стоимости аренды и ежемесячного взноса по ипотеке
- и пр.



Наблюдение в таргетированной рекламе: 2024 год

- Поиск связок категорий таргетингов и посадочных страниц – это самая важная задача по таргетированной рекламе в тематике недвижимости



Наблюдение в таргетированной рекламе: 2024 год

- Поиск связок категорий таргетингов и посадочных страниц – это самая важная задача по таргетированной рекламе в тематике недвижимости
- Связки индивидуальны для каждого проекта



Наблюдение в таргетированной рекламе: 2024 год

- Поиск связок категорий таргетингов и посадочных страниц – это самая важная задача по таргетированной рекламе в тематике недвижимости
- Связки индивидуальны для каждого проекта
- Со связками надо работать как с гипотезами: одна цель, одна метрика, одно изменение в настройках и так с каждым циклом тестирования



Наблюдение в таргетированной рекламе: 2024 год

- Поиск связок категорий таргетингов и посадочных страниц – это самая важная задача по таргетированной рекламе в тематике недвижимости
- Связки индивидуальны для каждого проекта
- Со связками надо работать как с гипотезами: одна цель, одна метрика, одно изменение в настройках и так с каждым циклом тестирования
- Важно не слишком сильно сужать охваты



Telegram Ads для продвижения недвижимости



Что такое Telegram Ads

Telegram Ads — это официальная площадка для запуска рекламы в Telegram.

Можно продвигать:

- Ссылки на сайт
- Ботов
- Канал в Telegram
- Пост в канале



Что такое Telegram Ads

Категории таргетинга по каналам:

- Язык канала
- Тематики каналов
- Каналы конкурентов и другие

Также можно отключать отобранные каналы и тематики



Что такое Telegram Ads

Категории таргетинга по пользователям:

- Страна пользователя
- Локация (город, район и т.д.) пользователя
- Язык пользователя
- Тематики (интересы пользователя)
- Аудитория определённых каналов
- Устройства и ОС

Также можно исключать каналы и тематики из списка таргетинга.



С чего начать продвижение в сфере недвижимости

Определить цель продвижения.

Часто на стороне бизнеса нет определенности в цели продвижения в Telegram Ads.

Например, запрос одновременно включает рост числа подписчиков и получение заявок.



С чего начать продвижение в сфере недвижимости

Определить цель продвижения.

Для бизнеса с долгим циклом сделки краткосрочные решения зачастую будут неэффективны – нужно рассматривать рекламные кампании как долгосрочные вложения. Это значит, что вариант создания из Telegram-канала своего бренд-медиа – это прекрасная идея, но нужны ресурсы на ведение канала на протяжении месяцев и лет.

В таком случае имеет смысл тестировать Telegram Ads для набора подписчиков. В будущем, качественный лид вам будет стоить дешевле, потому что вы сможете использовать Customer Value Marketing-механики и силу SMM, то есть инструменты прогрева аудитории.



С чего начать продвижение в сфере недвижимости

Определить цель продвижения.

Если вам нужна лидогенерация здесь и сейчас, то рекомендуем вот что:

- Начать с продвижения Telegram-бота (нужен простой и ясный сценарий бота. Например, вопрос-ответ помогающий выбрать квартиру клиенту, а вам оценить квалификацию лида)
- Важно, чтобы была настроена интеграция и путь лида был контролируемым (например, с помощью CRM)



С чего начать продвижение в сфере недвижимости

Определить цель продвижения.

Почему рекомендуем начинать с ботов:

- Быстро создается



С чего начать продвижение в сфере недвижимости

Определить цель продвижения.

Почему рекомендуем начинать с ботов:

- Быстро создается
- Пользователю никуда не надо переходить из Telegram



С чего начать продвижение в сфере недвижимости

Определить цель продвижения.

Почему рекомендуем начинать с ботов:

- Быстро создается
- Пользователю никуда не надо переходить из Telegram
- С помощью сценария бота можно сразу квалифицировать лид



С чего начать продвижение в сфере недвижимости

Определить цель продвижения.

Почему рекомендуем начинать с ботов:

- Быстро создается
- Пользователю никуда не надо переходить из Telegram
- С помощью сценария бота можно сразу квалифицировать лид
- Через построение сложного сценария бота можно со временем сегментировать лиды и дополнительно касаться разных категорий при помощи CRM-маркетинга



С чего начать продвижение в сфере недвижимости

Определить цель продвижения.

Каждый случай индивидуален.

Продвижение ссылки на сайт тоже может сработать.



С чего начать продвижение в сфере недвижимости

Категории таргетинга и ваша ЦА.

Хорошо, если перед запуском у вас есть портрет ЦА, который подтверждается данными проведённых вами исследований внутри вашего бизнеса и на уровне рынка. В таком случае возможно детально подобрать каналы привлечения трафика, тематики и прочие категории таргетинга, которые позволят дотянуться до вашей аудитории.

Минимальный уровень:

- Изучить каналы конкурентов



С чего начать продвижение в сфере недвижимости

Категории таргетинга и ваша ЦА.

Хорошо, если перед запуском у вас есть портрет ЦА, который подтверждается данными проведённых вами исследований внутри вашего бизнеса и на уровне рынка. В таком случае возможно детально подобрать каналы привлечения трафика, тематики и прочие категории таргетинга, которые позволят дотянуться до вашей аудитории.

Минимальный уровень:

- Изучить каналы конкурентов
- Изучить крупные каналы о недвижимости



С чего начать продвижение в сфере недвижимости

Категории таргетинга и ваша ЦА.

Хорошо, если перед запуском у вас есть портрет ЦА, который подтверждается данными проведённых вами исследований внутри вашего бизнеса и на уровне рынка. В таком случае возможно детально подобрать каналы привлечения трафика, тематики и прочие категории таргетинга, которые позволят дотянуться до вашей аудитории.

Минимальный уровень:

- Изучить каналы конкурентов
- Изучить крупные каналы о недвижимости
- Провести глубинное интервью или опрос у имеющейся базы



Распространенные проблемы

 Прохождение модерации

 Быстрая открутка бюджета



Распространенные проблемы

Прохождение модерации:

Причин отклонения много, но самая распространённая проблема – текст рекламного объявления, а также тексты на канале / в боте.

- Планируйте запуск заранее
- Читайте документацию и требования



Распространенные проблемы

 Прохождение модерации:

Кроме того:

- Проверяйте опечатки в текстах объявлений и на самом канале / в боте
- Если нет ресурсов на изучение и поддержание работы в Telegram Ads, то делегируйте продвижение опытному агентству



Распространенные проблемы

 Быстрая открутка бюджета:

- Сегментируйте объявления по категориям таргетинга от общих к частным
- Устанавливайте лимиты по показам и бюджету



Возможности Яндекс Директ для застройщиков



Про Яндекс Директ

+42%

прирост объема целевых действий среди предпринимателей в рамках целевого бюджета в Яндекс Директ*

*[Источник](#)

Это говорит о том, что алгоритмы Машинного Обучения Директа становятся всё эффективнее



Воронка с точки зрения Директа



Не Performance'ом единым

+94%

Медийная реклама увеличивает доход на пользователя почти в 1,5 раза*.

*[Источник](#)



Не Performance'ом единым

Если рекламодатель запускает Перформанс рекламу (Поиск, РСЯ, Ретаргеты и пр) и Медийную (Форматы для широких охватов) в Директ, то он получает **Брендформанс**

BA DUM TSSS



Не Performance'ом единым

Для недвижимости есть очевидные эффективные форматы Медийной рекламы в Директ:

- Геомедийная реклама
- Videобаннеры и баннеры
- ПромоСтраницы (подходит для продвижение любых продуктов с длинным циклом сделки)



Не Performance'ом единым

Есть понятные инструменты анализа эффективности Медийных кампаний и связи охватов с Перформанс-кампаниями.



Что касается Performance

Главные рекомендации 2024 года:

- Передавайте данные из CRM в Яндекс Метрику, чтобы обучать алгоритмы по целям на более глубоком уровне воронки. Обучайте на корректных данных алгоритмы
- Из-за автотаргетингов, важно прорабатывать объявления, чтобы они содержали ключевые слова в тексте



Что касается Перформанса

Главные рекомендации 2024 года:

- Создавайте логичную и понятную структуру аккаунта
- Ежедневно отслеживайте статистику в Яндекс Метрике
- Так как Рекламная Сеть Яндекс стремительно растет, важно оптимизировать площадки показов



Что касается Перформанса

Главные рекомендации 2024 года:

- Тестируйте УТП на посадочных страницах при помощи А/Б-тестов и Вариокуба. Важно принимать решения не на основе мнений, а на основе данных
- Тестируйте креативы, в т.ч. используя сгенерированные при помощи GPT
- Тестируйте новые форматы



Спасибо за внимание



Консультация для застройщиков

Михаил Соловьев — биздев-менеджер агентства eLama
agency@elama.ru

