

МОСКОВСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ

СТРАТЕГИЯ КОММУНИКАЦИЙ



СОДЕРЖАНИЕ

Анализ представленности

Анализ конкурентов

Кривая позиционирования

Треугольник бренда

Customer Journey Map

Тактический план коммуникаций

Медиаплан

АНАЛИЗ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ

- 1 Сайт
- 2 Социальные сети
- 3 Карты
- 4 Базы недвижимости
- 5 Сайты-отзовики

● ВЕБ-САЙТ | msk-development.ru

Рекомендации:

- на главной странице на блоки с объектами добавить информацию о сроках сдачи объекта
- на главной странице добавить блок с информацией о кол-ве городов, в которых представлены объекты СК
- вынести приоритеты и ценности работы на главную страницу, обозначить иконками
- вынести блок “Новости” на главную страницу, чтобы сделать её более динамичной

● ВЕБ-САЙТ | мск-девелопмент.рф

Рекомендации:

- на главной странице в слайдер добавить 2-3 баннера с акциями
- на главной странице добавить блок, куда вывести фото из инстаграмма покупателей квартир со специальным хэштегом.
- на главной странице добавить варианты планировок и цены, например квартир, которые имеют специальную цену
- заменить форму захвата на "Новые проекты в 2022 году. Узнайте первыми о старте продаж!"

● ИНСТАГРАМ | [instagram.com/msk_rostov/](https://www.instagram.com/msk_rostov/)

Рекомендации:

- вынести в шапку профиля минимальную цену на квартиры, например: “Квартиры от 2 млн.руб.”
- обновить иконки в хайлайтс - сделать их более современными
- добавить больше видеоконтента
- добавить посты, связанные с внутренней и внешней жизнью компании, например: участие в общегородском мероприятии, интервью с первыми лицами, награды в тематических премиях и др.

● ВКОНТАКТЕ | vk.com/msk_rostov

Рекомендации:

- в блоке “Информация” заменить описание о застройщике на преимущества в формате: построили более 5000 квартир, заселили более 2000 семей, сдали более 15 объектов в 5-ти городах, входим в ТОП-10 застройщиков Ростова-на-Дону.
- Создать “Обсуждения” под каждый из ЖК
- Либо вести группы ЖК Вконтакте, либо убрать с них ссылки, потому что есть фидбек от аудитории
- Заниматься продвижением выборочных постов для поднятия активности

● ФЕЙСБУК | facebook.com/mskrostovdon

Рекомендации:

- в блоке “Инфомация” заменить описание о застройщике на преимущества в формате: построили более 5000 квартир, заселили более 2000 семей, сдали более 15 объектов в 5-ти городах, входим в ТОП-10 застройщиков Ростова-на-Дону.
- Заниматься продвижением выборочных постов для поднятия активности

● ОДНОКЛАССНИКИ | ok.ru/mask.rostov

Рекомендации:

- обновить баннер в шапке профиля (информация о скидке в декабре)
- в блоке “Инфомация” заменить описание о застройщике на преимущества в формате: построили более 5000 квартир, заселили более 2000 семей, сдали более 15 объектов в 5-ти городах, входим в ТОП-10 застройщиков Ростова-на-Дону.

● YOUTUBE

youtube.com/channel/UCv-4kilx7zYPcaj0xoshh1w

Рекомендации:

- на главной странице заменить ролик “ЖК Сердце Ростова” на ролик о имиджевый ролик о строительной компании
- брендировать обложки видеороликов
- если рассматривается развитие канала, то необходимо добавить рубрики контента: видеоотзывы, обзор квартир/планировок, видеообзор жилого комплекса. Можно заливать также сюжеты о ЖК с эфира телеканалов

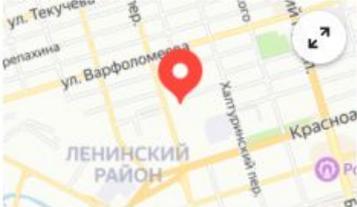
Яндекс Карты

Московская Строительная Компания   

4,1 Строительная компания

Закрыто до завтра ▾

Главное 28 отзывов Фото



Сайт Как добраться Оставить отзыв

 msk-development.ru

 8 (800) 777-XX-XX Показать

 пн-пт 09:00–18:00, перерыв 13:00–14:00

 Доломановский пер., 70Д, Ростов-на-Дону (БЦ Гвардейский, этаж 5)

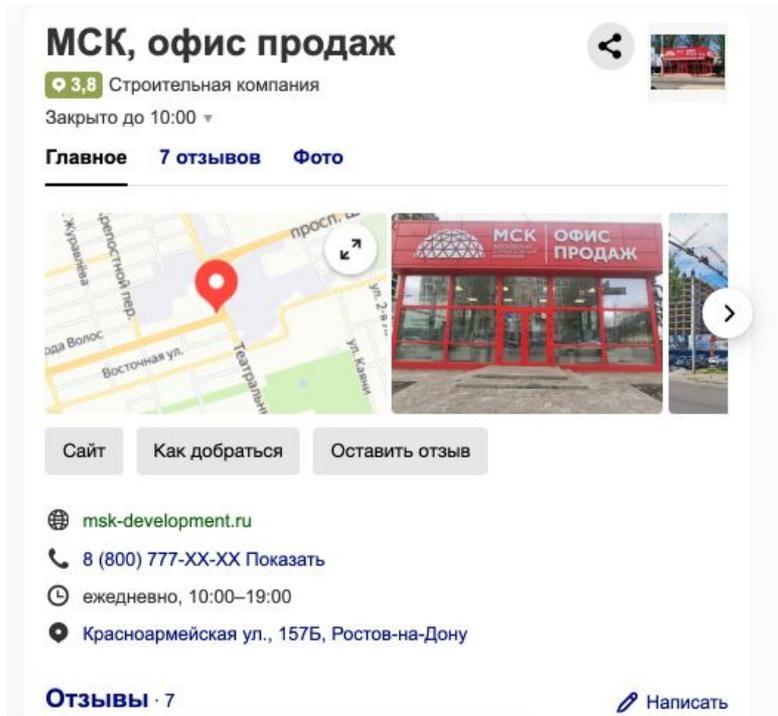
Отзывы · 28  Написать

Проверены Яндексом

Рекомендации:

- Добавить больше фото
- Добавить больше положительных отзывов, чтобы поднять рейтинг до 4,5
- Для ЖК больше положительных отзывов, чтобы поднять рейтинг до 4,5 (ЖК Сердце Ростова - 4,3, ЖК Рубин - 4,0, ЖК Кристал 2 - 3,7, ЖК ГринПарк - 3,2)

● Яндекс Карты



Рекомендации:

- Добавить больше фото
- Добавить больше положительных отзывов, чтобы поднять рейтинг до 4,5
- Для ЖК больше положительных отзывов, чтобы поднять рейтинг до 4,5 (ЖК Сердце Ростова - 4,3, ЖК Рубин - 4,0, ЖК Кристал 2 - 3,7, ЖК ГринПарк - 3,2)

● Google Карты

ООО «МОСКОВСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ» ×

Сайт

Маршрут

Сохранить

Вызов

3,4 ★★★★★ 44 отзыва на Google

Компания-застройщик в Ростове-на-Дону

Предлагаемые варианты: [Онлайн-приемы](#) · [Обслуживание на месте](#)

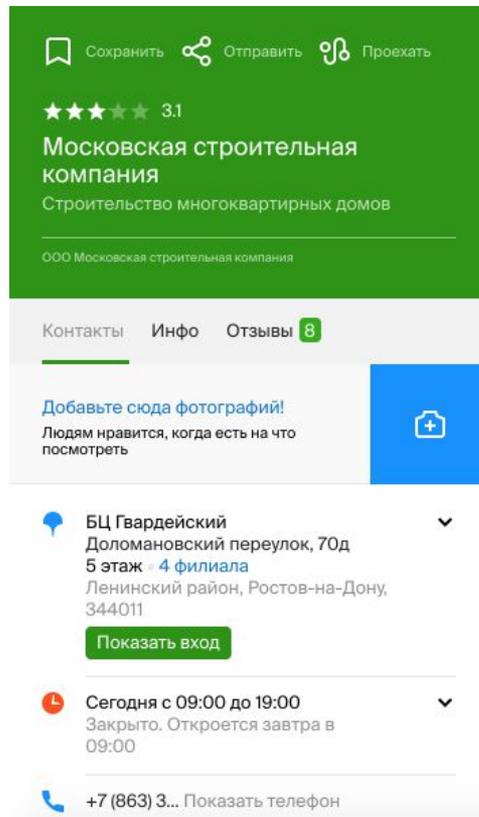
Находится в: [DDC Consulting](#)

Адрес: Доломановский пер., 70 Д, 5 эт, Ростов-на-Дону, Ростовская обл., 344011

Часы работы: **Закрыто** · Откроется в 09:00 (чт) ▾

Рекомендации:

- Добавить больше фото
- Добавить больше положительных отзывов, чтобы поднять рейтинг до 4,5
- Проработать карточку каждого ЖК (добавить фото, отзывы)



Рекомендации:

- Добавить больше фото
- Добавить больше положительных отзывов, чтобы поднять рейтинг до 4,5
- Проработать карточку каждого ЖК (добавить фото, отзывы)

Базы недвижимости

- Яндекс.Недвижимость - зарегистрированы 11 объектов
- Циан - зарегистрированы 10 объектов
- Авито - брендированная карточка организации
- Дом.Клик - брендированная карточка организации

● Сайты-отзовики

- Сайт otzovik.com - 2 негативных отзыва, рейтинг 1 звезда из 5
- Сайт domoos.ru - 3 положительных отзыва
- Сайт novostroi-ki.ru - 16 отзывов, в целом мнение положительное
- Сайт forumrostov.ru - имеет отдельный топик, посвященный МСК. В нём более 13 страниц комментариев о строительной компании и объектах, начиная с 2016 года
- Сайт otzyvru.com - 40 отзывов, рейтинг 3,6 из 5
- Сайт защита-дольщиков.рф - 21 отзыв, рейтинг 3 из 5
- Сайт rostov.zoon.ru - 4 отзыва, рейтинг 3,5 из 5

● Анализ конкурентов

ТОП застройщиков Ростовская область ▾

🔍 Найти застройщика По объему ввода жилья ▾ 2020

Место	▲▼	Застройщик, регион	Введено, м²	С переносом срока, м² ?	%	Уточнение срока, мес. ?	Место по РФ	Организаций	ЖК
1	0	ГК ЮСИ, Ставропольский край	111 897	42 449	37.94	6.62	4	4	2
2	0	Объединение застройщиков ВКБ-Новостройки, Краснодарский край	98 895	79 304	80.19	6.58	6	4	2
3	+4	МСК, Ростовская область	56 727	56 727	100	7.97	68	1	2
4	+2	ГК ИНТЕКО, г.Москва	49 554	49 554	100	5.52	58	2	2
5	-1	СК 10, Ростовская область	44 166	0	0	0	96	2	2
6	+5	АОО Комстрой, Ростовская область	36 459	36 459	100	1.5	123	2	2
7	+9	ГК СМУ1 Ростов, Ростовская область	25 389	8 615	33.93	2.51	192	1	1
8	0	СИК Девелопмент-Юг, Краснодарский край	21 174	21 174	100	2.56	63	1	2
9	+9	СК Анастасия, Ростовская область	20 954	19 418	92.67	11.56	254	2	2
10	+22	Базис, Ростовская область	20 320	20 320	100	5.8	263	2	2
11	+2	СУ-5 Аксай, Ростовская область	17 742	0	0	0	303	2	2
12	+5	ЮгСпецСтрой, Ростовская область	17 116	17 116	100	6.9	311	1	1

ЮгСтройИнвест

Комстрой

СК10

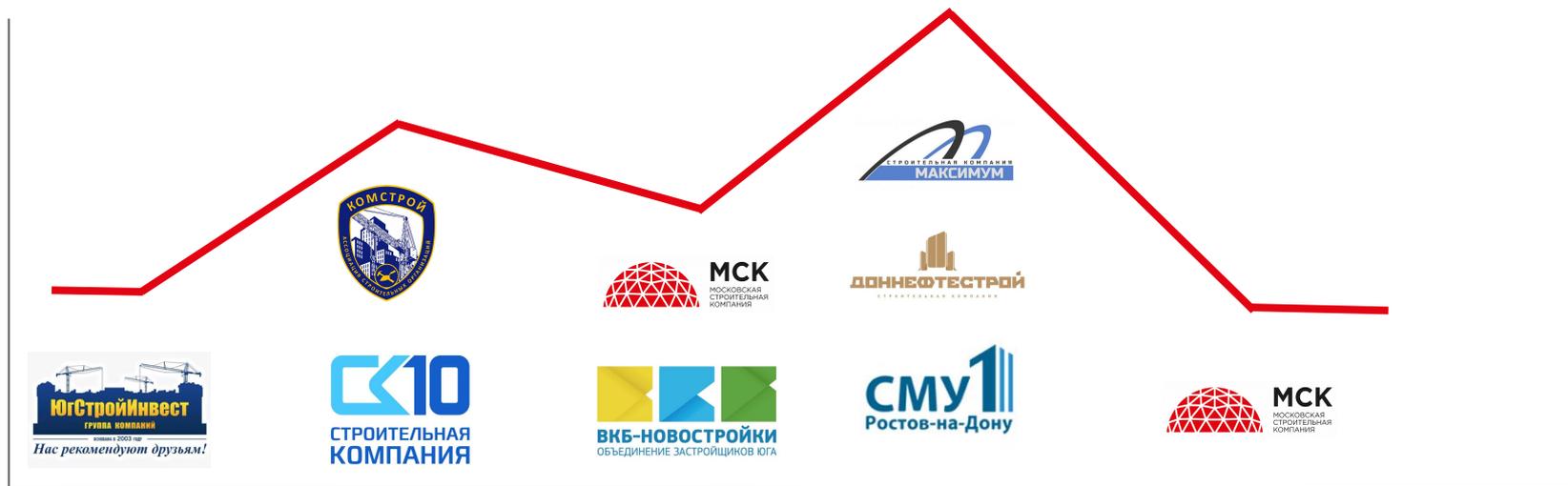
ВКБ-Новостройки

СМУ1

ДонНефтеСтрой

СК Максимум

● Кривая позиционирования



Микрорайоны

Сдача раньше срока

Магазин квартир

Доступность

Центральные локации

● Треугольник бренда

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
правда потребителя

Хочу купить квартиру, но ожидаю честность в сообщении цены и количества свободных квартир, без надоевших ужимок

КОМПАНИЯ
правда бренда

Мы понимаем важность участия покупателя в подборе квартиры, поэтому мы предусмотрели возможность удобного выбора планировок и цен на сайте

КОНКУРЕНТЫ
правда рынка

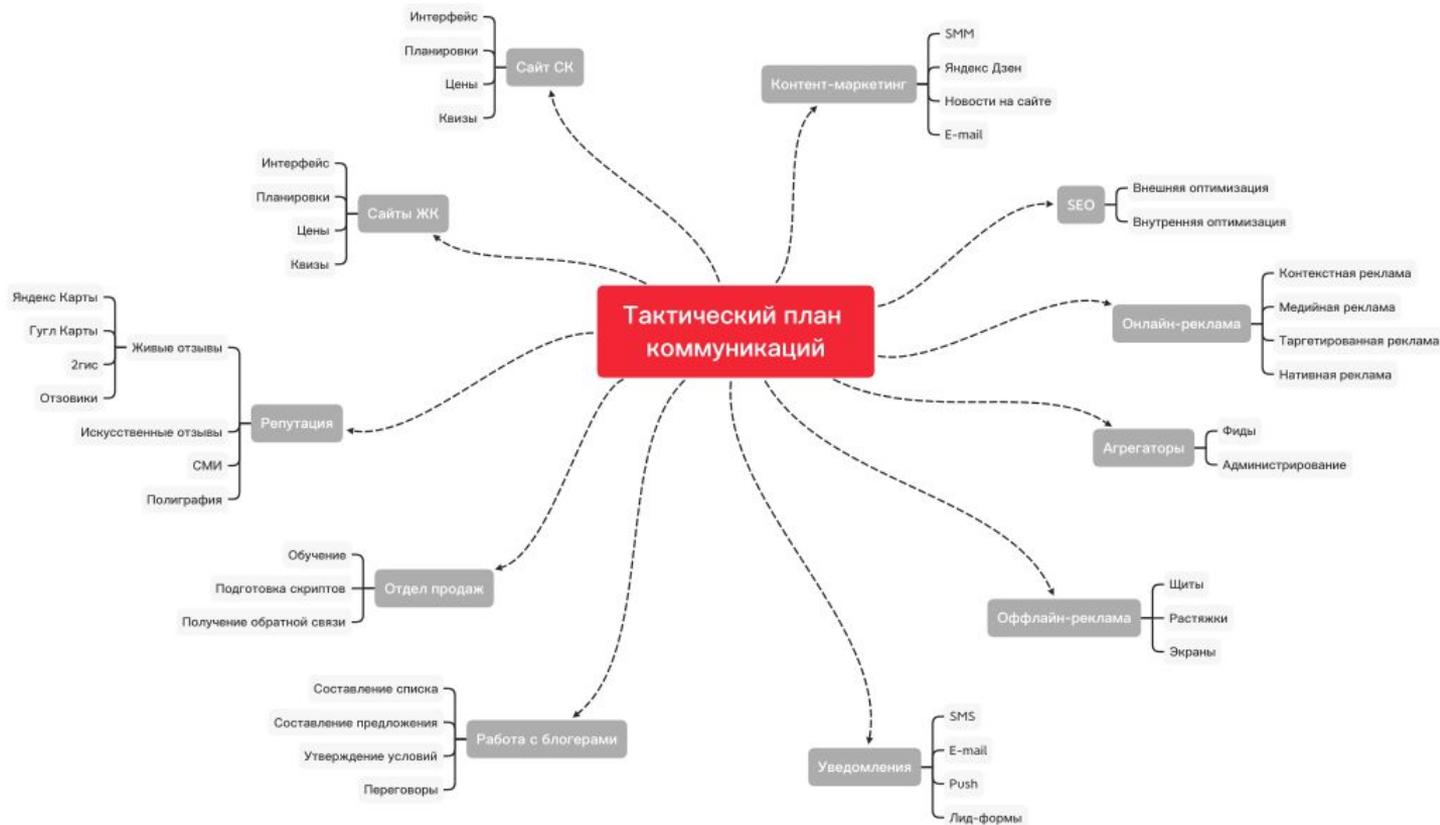
Все наши конкуренты присылают цены и планировки под запрос. Информация находится в закрытом доступе от покупателя



Customer Journey Map

Этапы	Формирование потребности	Поиск	Выбор	Покупка	Лояльность
Цель	Елена живет в съемной квартире много лет, её это устраивает, но вот она получила повышение, и её достаток значительно увеличился. Покупка собственной квартиры перестала быть проблемой, но она пока не строит конкретных планов. В то же время уже накопилось раздражение на арендодателя.	Елена понимает, что ей выгоднее платить ипотеку, а не снимать, поэтому начинает искать варианты квартир.	На этом этапе Елена определяется с вариантами ЖК и квартир, которые она готова рассматривать для покупки. Она отправляет заявки в интересующие её ЖК, ездит на экскурсии, сравнивает условия. Нужно понимать, что на этом этапе она еще не принимает решение. Она смотрит квартиру, получает расчет по ипотеке и «уходит подумать».	Елена приняла решение и целенаправленно обращается в компанию, чтобы заключить сделку. Можно подумать, что на этом этапе цель компании достигнута, и перестать работать с клиентом. Но на самом деле важно подтвердить правильность выбора покупателя, повысить его лояльность к бренду.	Через несколько лет жизненная ситуация Елены может измениться. Появится потребность купить жилье более высокого класса или большей площади. Хорошо, если застройщик может предложить решение этой проблемы.
Вопросы	1) Помогут ли сайты агрегаторы в решении проблемы? 2) Может быть просто найти предложения по съему жилья с более интересными условиями? 3) А может есть подходящие условия для квартиры в ипотеку?	1) Сколько комнат? 2) Какой район? 3) Какой бюджет? 4) Какие условия по ипотеке меня устроят?	1) Какой застройщик надёжнее? 2) Где можно совершить покупку выгоднее?	Правильный выбор ли я делаю?	Если мне нужно будет покупать квартиру, вернусь ли я к этому застройщику снова?
Точки соприкосновения	1) Сайты-агрегаторы 2) Тематические и новостные порталы 3) офлайн-поверхности 4) радио 5) ТВ	1) Поисковые системы	1) Сайт	1) Консультация в отделе продаж	1) Повторный звонок для получения обратной связи 2) E-mail рассылка 3) Сообщество в соц сетях
Решения	Идеальная картина взаимодействия потенциального клиента с брендом может выглядеть так: утром клиент идет на работу и видит на улице баннеры с рекламой застройщика, днем или вечером — читает статьи по интересным ему темам, а параллельно видит рекламу недвижимости или ссылки на статьи по теме покупки жилья, смотрит ролики на YouTube и видит рекламу застройщика.	Нужно чтобы сайт компании был в поисковой выдаче. На этом этапе подключаются: реклама, Яндекс.Карты, Яндекс.Недвижимость, поисковая выдача, в которой лидируют сайты-агрегаторы и далее органическая выдача.	1) Удобный интерфейс сайта 2) Инструменты захвата: лид-формы, предложения подписаться на рассылку, формы для обратных звонков, чаты на сайте, чат-боты.	Приятными бонусами будут сопровождающие покупку подарки. Можно подарить брендированный подарок: брелок, ключница, чехол на телефон, шампанское.	Можно запустить таргетированную рекламу по имеющейся базе клиентов, сделать допродажу — предложить, например, парковочное место или кладовую.

● Тактический план коммуникаций



● Медиаплан

по ссылке

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ghNFAyn1MmHBllsYiINUW2not8ummbu9752RgygXZmo/edit?usp=sharing>