**Введение**

## Данная коммерческая концепция включает в себя:

## - технические характеристики разрабатываемого маркетингового документа;

## - краткий обзор ниши и ключевых «игроков»;

## - изучение потребностей и задач целевой аудитории;

## - варианты УТП (уникального торгового предложения), с которым компания «ХХХ» будет выходить на рынок.

## Технические данные

## Формат листа А4 альбомный. Подготовка под полиграфическую печать не требуется. Формат CMYK. Исходный макет в Adobe Illustrator 17/Corel Draw. Виды распространения: отправка в PDF формате по электронной почте после встречи и сокращенный вариант на 2-3 листа – для передачи на встрече.

## Продвигаемая услуга

## Инвестирование по 24% годовых с абсолютной гарантией возврата в виде залога недвижимости, стоимость которой превышает сумму займа на 30-35%

## Инвестирование в дисконтную недвижимость (приобретение за 20-30% от рыночной стоимости с последующей продажей по рыночной стоимости)

## Приобретение дисконтной недвижимости для личных нужд (решение жилищного вопроса в короткий срок без банковской ипотеки)

## Цель презентации

## Показать клиенту все выгоды предложения, обработать его основные возражения

## Заинтересовать клиента возможностью выгодного и безопасного инвестирования

## Побудить клиента воспользоваться услугой и рекомендовать ее другим

## Целевая аудитория

## Физические лица любого возраста и пола (25-60) с активной жизненной позицией, которые ищут возможность выгодно инвестировать свободные денежные средства и/или решить «квартирный вопрос» в кратчайшие сроки без кредитов и ипотек:

## - профессиональные малые, средние и крупные инвесторы со свободными средствами от 100000 до 5000000 рублей;

## - люди, которые хотят иметь источник стабильного пассивного дохода;

## - средний класс;

## - топ-менеджеры;

## - пенсионеры.

## Психологический портрет основного сегмента ЦА

## Преимущественно мужчины от 30 до 50 лет, которые имеют уровень дохода выше среднего и/или денежный капитал. Место проживания – любой регион РФ.

## Проблемы представителя ЦА:

## - сложно найти проект, который представляет реальный интерес для инвестирования;

## - всегда есть страх потерять свой капитал, часто приходится рисковать;

## - зависимость от кризисных явлений в экономике РФ.

## Потребности представителя ЦА:

## - найти надежную компанию, которая в кризис готова предоставить 100% гарантию;

## - получать бОльший доход на свои деньги, чем в банке;

## - найти источник пассивного дохода;

## - решить жилищный вопрос без «кабалы» в виде ипотеки.

|  |  |
| --- | --- |
| Психологические качества | Как могут быть использованы |
| Практичность, взвешенность принятия решений | Четкость и конкретность информации, акцент на факты и цифры, минимальное содержание эмоциональной составляющей |
| Умение рационально тратить время | Лаконичность информации без не имеющих значение деталей и пространных описаний |
| Высокий уровень финансовой грамотности, осведомленность обо всех достойных предложениях в нише | Сравнение предложения с предложениями на рынке, демонстрация бОльших выгод |
| Низкая степень доверчивости и скептицизм | Предоставление реальных гарантий, |
| Обладание финансовым «чутьем», интуицией бизнесмена (сам так считает) | Отсутствие кричащих фраз и образов, провокаций, которые могут «заставить « интуицию сработать со знаком «минус» (здесь имеется следующее логическая последовательность: кричащая фраза (типа «Устали искать, куда вложить свои деньги?!» или «Боитесь обмана?» -- мысль «так обычно зовут в проекты пирамидного типа, которые могут в любой момент развалиться» -- реакция «я так подумал, значит, мне это не надо».Есть смысл «воздействовать» на интуицию солидностью, прозрачностью и |
| Выделение себя из «толпы», гордость за свои достижения, самовосприятие через призму некой избранности | Индивидуальный подход, индивидуальная работа, оптимальное предложение именно для него с учетом всех обстоятельств и возможностей |

## Таким образом, критериями выбора для инвестора «объекта» инвестирования являются:

## - финансовая выгода;

## - высокая степень безопасности (гарантии);

## - возможность получить индивидуальное предложение под его свободные денежные средства;

## - интуитивное восприятие предложения как солидного и заслуживающего внимания.

## Структура презентации

## Презентация компании

## В данном случае цель – убедить клиента, что перед ним серьезная компания, существующая давно, имеющая репутацию надежной, продать репутацию, вызвать заинтересованность.

## Предпочтительно рассказ о компании, ее регалиях перевести в инфографику.:

## 5 лет на рынке

## 730 успешных сделок

## 1000000000 ежегодного оборота и т.д.

## Можно также обозначить миссию компании, обязательно указать все реквизиты, контакты и местоположение.

## Выделение ЦА и вскрытие потребности

## Здесь важно приблизиться к клиенту и в то же самое время остаться на расстоянии, не оттолкнуть его «мы про вас все знаем, и про ваши потребности, и про ваши потребности…», то есть «не переиграть»

## Современный рынок инвестирования

## Банки и компании, которые дают определенные гарантии и низкий процент

## Банки и компании, которые предлагают выгодный процент, но не дают четких гарантий

## Компании и проекты, которые дают 100% и выше процентов прибыли, часто в короткий срок, но гарантий нет вообще

## Можно это показать картинкой или инфографикой:

## есть гарантии, мало риска, маленький процент, маленькая прибыль

## мало гарантий, риск больше, процент больше, прибыль больше

## нет гарантий, огромный риск, огромный процент, огромная прибыль.

## И затем сделать вывод типа:

## Инвестору очень сложно найти достойное и выгодное применение своему капиталу: или маленькая выгода, или большой риск, или все вместе.

## Собственно предложение

## Здесь идет описание продаваемой услуги. В данном случае предлагается три варианта:

## Инвестирование под 24% годовых с абсолютной гарантией возврата в виде залога недвижимости, стоимость которой превышает сумму займа на 30-35%

## Инвестирование в дисконтную недвижимость: приобретение за 20-30% от рыночной стоимости с последующей продажей по рыночной стоимости

## Приобретение дисконтной недвижимости для личных нужд

## Описание первого варианта

## Инфографикой описываем 1 вариант. Приводим пример с конкретными цифрами.

## Описание второго варианта

## Инфографикой описываем 2 вариант. Приводим пример с конкретными цифрами

## Описание третьего варианта

## Инфографикой описываем 3 вариант. Приводим пример с конкретными цифрами. Можно также фото недвижимости или клиентов на фоне уже купленной недвижимости по дисконту, надпись из серии «купил за ХХХ рублей, экономия- ХХХХ рублей»

## Выгоды

## 

## Показываем все основные выгоды

## Большой процент – больше, чем в банке

## Абсолютная гарантия – в виде залога недвижимости со стоимостью на 30-35% больше, чем сумма инвестиций. Подтверждается документально

## Индивидуальный подбор предложения

## Возможность купить недвижимость в ближайшем будущем без ипотеки или кредита

## Возможность выбрать один или несколько вариантов инвестирования

## Как это работает

## Описываем весь процесс:

## Выбор варианта сотрудничества

## Разработка индивидуального предложения

## Подписание официального договора

## Исполнение всех обязательств

## Продолжение сотрудничества (при желании)

## Снятие возражений

Подробное описание гарантий

**Social Proof (дополнительно)**

Истории/отзывы людей – если есть

**FAQ**

Ответы на возможные вопросы

**«Что, если возникнет необходимость забрать финансовые средства раньше, чем через год? Это реально?»**

**«Сколько максимально можно заработать за год?»**

**«Какова минимальная сумма инвестиций?»** и т.д.

**«Подсечка»**

Любой человек может принять предложение нашей компании и выбрать оптимальный для него вариант инвестирования. Результат предсказуем и гарантирован – получение значительной прибыли в короткие сроки.

Наши гарантии в виде залога недвижимости принесут вам спокойствие и уверенность в правильности вашего выбора.

**Шаг в новую реальность**

Что должен сделать клиент, если хочет воспользоваться продаваемой услугой?

*Для начала сотрудничества или уточнения интересующих моментов свяжитесь с нашим консультантом/специалистом по тел. ХХХХХХХХХХ*

**Имиджевое завершение**

Контакты, слоган/лозунг/имиджевая фраза

**Важно!**

Данная презентация должна при определенной ориентированности на основной сегмент ЦА оставаться в какой-то степени универсальной. То есть заинтересовать и другие сегменты ЦА – пенсионеров, топ-менеджеров, всех людей, рассматривающих возможность инвестирования с целью получения высокой прибыли.